

"No creo que miles de científicos estén equivocados."

**Michael Gassmann, Corresponsal de Comercio y Bienes de Consumo*

15.06.2019

<https://www.welt.de/wirtschaft/article195295265/Schokoladenunternehmer-Ritter-sympathisiert-mit-Fridays-for-Future.html> (original en alemán)

Alfred Ritter, empresario de la marca Ritter Sport, envasa su chocolate en film de empaque (polipropileno). También está comprometido con el medio ambiente y simpatiza con el movimiento Fridays for Future (Viernes para el Futuro). ¿Cómo se puede conciliar esto?

La Embajada de Italia en Berlín organiza actualmente una conferencia sobre sostenibilidad y alimentación. Uno de los participantes: Alfred T. Ritter, copropietario y jefe del consejo asesor de la fábrica de chocolates detrás de la marca Ritter Sport, con un volumen de negocios de alrededor de 500 millones de euros y alrededor de 100 empleados en la pequeña ciudad de Waldenbuch en Württemberg. El se encuentra de buen humor y relajado.

WELT: Su nombre está asociado con el chocolate, pero usted también es un empresario solar y un eco filántropo. Usted está comprometido con la organización Plantemos para el Planeta del activista medioambiental Felix Finkbeiner, que siembra árboles para salvar el clima del mundo. ¿Realmente crees que esto ayudará de manera mensurable?

Alfred Ritter: Si Finkbeiner logra sus objetivos, puede absorber un tercio del dióxido de carbono que liberamos cada año. Esto es más que un acto puramente simbólico. Creo que es un paso muy importante.

WELT: ¿Confía en las promesas, o hizo las cuentas usted mismo?

No hice las cuentas con un lápiz puntiagudo. **Pero sé que nuestra propia plantación de cacao en Nicaragua, por ejemplo, absorbe alrededor de 17.000 toneladas de CO2 al año, y eso sólo cubre dos kilómetros cuadrados y medio.** También confío en Finkbeiner, especialmente porque trabaja con científicos.

WELT: ¿Cómo calificas Viernes para el Futuro "**Fridays for Future**" ¿Un movimiento juvenil impulsado emocionalmente que se alimenta fuertemente del sentimiento de que tiene que hacer lo correcto?

Ritter: No creo que "Viernes para el Futuro" esté impulsado por emociones.

WELT: Podrías tener la impresión de que un cierto estado de ánimo catastrofista te sigue la corriente cuando lees eslóganes como "The clock is ticking", "Tomorrow it's too late" o "There is no planet B" - todas las frases populares de las demostraciones de los "Fridays".

Ritter: No comparto la tesis del pánico apocalíptico, pero está claro que estamos cambiando fundamentalmente el mundo ahora mismo. El profesor Schellnhuber, del Instituto de Potsdam, dice que nunca más habrá una era de hielo porque ya hemos lanzado tanto CO2 al aire. Estamos en el proceso de alcanzar puntos de inflexión negativos en el clima. En algún momento los suelos de la taiga se descongelarán, los grandes bosques siberianos ya no podrán retener el CO2 y, al mismo tiempo, se liberará metano en grandes cantidades, un gas de efecto invernadero muy eficaz. Estos procesos difícilmente pueden ser detenidos. Un período de calentamiento podría seguir bastante rápido. Puede que no sea el fin del mundo, pero ¿la gente sobrevivirá? No estoy tan seguro de eso. Actualmente estamos en la fase de la sexta mayor extinción de especies en la historia de la Tierra. Ninguna criatura más grande que un conejo, por ejemplo, ha sobrevivido a la extinción de especies hasta la fecha. Lo encuentro perturbador.

WELT: ¿Escoges a los Verdes (Partido político de Alemania)?

Ritter: A esta pregunta invoco el secreto del voto.

WELT: Pero básicamente comparte la actitud alarmada de "Viernes para el Futuro"?

Ritter: No creo que miles de científicos se equivoquen cuando notan cambios climáticos. Sólo el período exacto de calentamiento es incierto. Los científicos serios también lo admiten.

WELT: Si el problema es tan existencial: ¿Cómo reaccionas, como una persona que piensa económicamente? ¿Se permite que los costes de la eliminación gradual del carbón y la energía nuclear desempeñen un papel, o es insignificante la cuestión de los costes?

Ritter: Cada gerente de empresa sensato cambia su producción muy rápidamente cuando la tecnología cambia. Esto también debe aplicarse a la industria energética. Tampoco protegen a la industria de las máquinas de escribir cuando surge el tema de la tecnología de información.

WELT: ¿Está hablando ahora en su propio nombre - como un empresario en serie en el campo de la energía solar?

Ritter: He fundado cuatro empresas de energía solar, pero sólo una de ellas sigue activa. Fabrica sistemas de energía solar térmica, un método muy eficaz y a menudo subestimado de generación de energía.

WELT: ¿Pueden las renovables proporcionar el 70 u 80 por ciento de la energía?

Ritter: Podrían cubrir el 100 por ciento de la demanda de energía si pudiéramos recurrir al almacenamiento.

Ritter: También puede producir gas o combustibles líquidos a partir de electricidad generada a partir de fuentes renovables para compensar los períodos de inactividad. Esto puede requerir grandes inversiones, pero simplemente tenemos que hacer este esfuerzo social.

WELT: Los desechos plásticos son también un tema ambiental que es un tema candente para mucha gente. Empaquetan chocolate de Ritter en papel de polipropileno. ¿Cómo conciliar esto con su pretensión de sostenibilidad?

Ritter: Yo mismo introduje este tipo de envase. Eso fue hace 30 años, cuando el plástico aún no se producía en cantidades tan grandes como las actuales. En Ritter Sport utilizábamos anteriormente una película compuesta de aluminio, papel, plástico y pintura que era difícil de reciclar. El polipropileno, por otro lado, es totalmente reciclable.

WELT: Reciclable no significa necesariamente que será reutilizado. ¿Cuál es la tasa real de reciclaje?

Definitivamente es demasiado bajo. Para ser honesto, sólo nuestros residuos de producción son reciclados de forma segura. La película de polipropileno tiene la ventaja de que el contenido energético de los envases de chocolate es mucho menor que el del papel de aluminio. También es más ligero que las soluciones anteriores. Ya hemos reducido masivamente la montaña de la basura al reducir el peso del envase de cuatro gramos por barra a 1,4 gramos.

WELT: ¿Cuántas tablas haces?

Ritter: Unos tres millones al día.

WELT: Eso todavía resulta en una gran cantidad de residuos de envases, a pesar de su reducido peso.

Ritter: Hay demasiado plástico en el mundo, es cierto. Estamos haciendo una investigación intensiva para lograr nuevas mejoras. Pero eso no es trivial. El papel, por ejemplo, no es un método seguro para proteger el chocolate de las influencias ambientales. No conozco una solución mejor que la nuestra, como puede verse por el hecho de que la competencia nos ha seguido en gran medida.

WELT: Los embalajes de Ritter Sport suelen ser especialmente coloridos. En la publicidad, esto se destaca específicamente como un signo de diversidad. ¿Es el plástico también indispensable para la gestión de la marca?

Ritter: Colorido es hermoso. Para mí, la diversidad de colores también significa un poco de calidad de vida.

WELT: Las materias primas también son cruciales para una actividad económica sostenible. **¿Tienes una plantación de cacao en Nicaragua, es esto algo más que una broma de relaciones públicas (PR)?**

Ritter: Eso no tiene nada que ver con las relaciones públicas, lo que también se puede ver por el hecho de que no hemos comunicado el tema en absoluto desde hace mucho tiempo. El hecho es que hemos estado construyendo la plantación paso a paso desde 2013 y estamos lejos de haber terminado con ella. Es un proceso complejo. Primero tuvimos que preparar el terreno. Cultivamos las plantas en nuestro propio vivero. Todavía estamos en la fase de plantación, y no esperamos el rendimiento completo hasta mediados de la próxima década como muy pronto. La plantación cubrirá entonces alrededor de un tercio de nuestras necesidades de cacao.

Welt: ¿Por qué te haces esto a ti mismo? Hay buenos proveedores de materias primas, ¿no?

Ritter: Queremos hacer el mejor chocolate del mundo.

WELT: ¿Por qué crees que eres mejor que los operadores de plantaciones experimentados?

Ritter: Estamos interesados en una calidad de materia prima constantemente alta. Por ejemplo, el proceso de fermentación, que hoy en día se lleva a cabo normalmente en casa de los agricultores, es decisivo para el sabor. Para algunos esto funciona bien, para otros no. La calidad varía mucho. Otro ejemplo es el secado. Si se seca demasiado rápido, el cacao se agria. Si es demasiado lento, se moldea. Todo el proceso ha sido poco investigado. Intentamos acumular conocimientos técnicos. Queremos demostrar que es posible trabajar de forma compatible con el medio ambiente y la sociedad, incluso con grandes cantidades. Pagamos muy por encima del salario mínimo e invertimos en formación. Hay un seguro de salud. No se pueden producir buenas materias primas en malas condiciones de trabajo.

WELT: ¿Están capacitados los trabajadores en el manejo de la agroquímica?

Ritter: Apenas usamos agroquímicos. Al principio tuvimos que usar algo para quitar las malezas. A medio plazo, nuestro objetivo es trabajar sin agroquímicos. Simplemente utilizamos cal en el suelo y utilizamos el cobre para combatir demasiados hongos.

WELT: Usted vende chocolates con denominación de origen de cacao - Nicaragua, Perú, Ecuador. ¿Quieres hacer del cacao un producto gourmet como el vino?

Ritter: Hay variedades de cacao como hay variedades de vino. De hecho, estamos haciendo todo lo posible para asegurarnos de que esto se haga correctamente. El ingrediente dominante en nuestros productos siempre debe ser capaz de saborear las nueces de una variedad de nueces, el aceite de menta en un chocolate de menta y también el cacao en un chocolate de la clase de cacao.

WELT: ¿Se puede vender una barra de buen chocolate por 0,69 euros para que sea sostenible?

Ritter: Los precios son hechos por el comercio, no puedo decir nada al respecto - excepto: Eso fue probablemente una campaña de descuentos. Tales precios ciertamente no ayudan a la formación de una conciencia adecuada del valor del producto. Nuestros propios precios de venta ya dependen de las materias primas. Si, por ejemplo, se incluye el cacao seleccionado, esto se refleja en el precio de venta.

WELT: Usted anuncia sus productos con los aspectos de sostenibilidad, disfrute y diversión. ¿Cuál es decisiva para la marca?

Ritter: Los tres en partes iguales. Por cierto, no me gusta mucho el término sostenibilidad, suena a adherencia. Prefiero ser sostenible. Lo más importante es que la calidad sea la correcta.

WELT: ¿Qué significa exactamente calidad en el chocolate?

Ritter: Que sólo contiene lo que puedes esperar, que no contiene ninguna sustancia oculta. Y que sabe bien.

WELT: ¿Qué papel juega el azúcar? Los fisiólogos de la nutrición advierten urgentemente contra el consumo excesivo de azúcar.

Ritter: El azúcar es tan importante para nosotros como lo es para todos los demás fabricantes de chocolate. Según el reglamento alemán sobre el chocolate, el azúcar de remolacha simplemente pertenece al chocolate, de lo contrario no lo es. El azúcar también da cuerpo al chocolate; hay unos 30 gramos en cada barra de 100 gramos. No podemos ni queremos sustituirlos por edulcorantes ni por ninguna otra sustancia.

WELT: Muchas empresas de la industria alimentaria están tratando de reducir gradualmente el contenido de azúcar.

Ritter: Por supuesto, también tenemos variedades de chocolates oscuros que contienen menos azúcar. Es cuestión de gustos. Tratamos de hacer justicia a todos.