

Prandini all'Onu: un'etichetta sui cibi per garantire origine e sostenibilità

La vera sfida per i prossimi anni è la sostenibilità. Lo ha sostenuto con forza il presidente della Coldiretti, Ettore Prandini, nel suo intervento al pre summit dell'Onu sui sistemi alimentari. Occorre saper produrre di più- ha detto – e dare risposte allo spreco del cibo perché oggi nel mondo il 40% non arriva ai cittadini. Per Prandini occorre valorizzare i cibi sostenibili rompendo quel meccanismo che porta a scartare i prodotti sulla base di una classificazione che premia l'aspetto estetico e penalizza quelli più genuini. Vogliamo valorizzare il cibo locale, perché è cultura. Abbiamo difficoltà – ha spiegato – a far passare a Bruxelles il principio che una corretta informazione in etichetta per quando riguarda l'origine non è finalizzata a valorizzare quello che si produce nel proprio Paese, ma è parte della storia, della cultura, della tradizione ed è giusto che i cittadini sappiano ciò che acquistano. L'obiettivo è dare la possibilità ai consumatori di fare scelte consapevoli legate al sistema produttivo. Per questo Prandini ha sostenuto la necessità di comunicare sulle confezioni dei cibi anche la sostenibilità, fuori dalla demagogia su quello che fa bene e che fa male. E un esempio è rappresentato dalla zootecnia un modello di circolarità, valorizzazione energetica e riutilizzo degli scarti. A proposito della zootecnia il presidente della Coldiretti ha espresso forte preoccupazione per l'attenzione crescente nei confronti dei cibi sintetici: “non sappiamo quale sarà nel medio lungo termine la ricaduta sulla salute dei cittadini”. Ed è allarme anche sulle etichette ingannevoli. Sono questi i punti chiave del modello che l'agricoltura italiana ha intrapreso, che la Coldiretti ha messo in campo con la creazione di un meccanismo di prossimità. La Coldiretti non è solo la più importante organizzazione di rappresentanza nella Ue, ma è riuscita anche a imprimere una svolta storica creando un collegamento diretto tra gli agricoltori e i cittadini e invertendo così il meccanismo di valutazione dell'agricoltura. Oggi grazie alla nuova strategia portata avanti dalla Coldiretti l'elemento forte è il valore dell'agricoltura dalla quale si genera lungo la filiera allargata un fatturato di 530 miliardi con circa 4 milioni di occupati. Il G20 ha riportato il cibo al centro delle scelte che saranno fatte a livello mondiale per una distribuzione del valore diversa e che ponga fine al paradosso che chi produce cibo non ha cibo. E quanto avviene oggi in gran parte del mondo. La Coldiretti vuole portare il suo contributo. Ha creato filiere in cui c'è una stretta collaborazione tra agricoltori, cooperazione, industria e distribuzione per garantire così una equa distribuzione del valore. “Con le nostre filiere investiamo in innovazione e sostenibilità”. E in questa nuova politica rientrano a pieno titolo i farmers market un grande strumento su cui Coldiretti ha investito molto per una piena valorizzazione dell'agricoltura fatta dalle famiglie coltivatrici. E' un modello economico, uno strumento culturale finalizzato anche a “piegare” la grande distribuzione convincendola a valorizzare la produzione locale e l'economia territoriale. E' questa infatti la base per valorizzare l'ambiente e tutelare la biodiversità “ che per noi – ha sottolineato Prandini – è un grande patrimonio da custodire”.