

Agroalimentare, a due multinazionali i "premi della vergogna"

L'associazione benefica alimentare e agricola Sustain, con base a Londra, ha riconosciuto a multinazionali Kellogg's e Coca Cola i "meriti" per l'impegno dimostrato nel minare la salubrità e la sostenibilità dell'attuale sistema alimentare.

Ciò è avvenuto durante la consegna dei "Food Hall of Fame and Shame Awards", ovvero dei premi appositamente attribuiti per celebrare il lavoro di persone ed organizzazioni che si sono distinte nella produzione alimentare nel 2010 per qualità e sostenibilità dei prodotti, e all'opposto per mettere in imbarazzo per chi invece ha dimostrato di non interessarsi di salute dei consumatori e impatto ambientale dei propri prodotti, tramite azioni spesso dannose.

Sotto accusa la nuova campagna pubblicitaria della Kellogg's, espressamente indirizzata ai giovani studenti inglesi e mirata a convincerli a consumare una qualità di cereali ad alto contenuto di zuccheri come ideale spuntino doposcuola, e in diretta contraddizione, afferma Sustain, con i principi cardine della campagna anti-obesità Change4Life, promossa dal governo e sottoscritta dalla stessa multinazionale. La campagna si è così aggiudicata uno "shame award", un "premio della vergogna".

Non si tratta del primo riconoscimento del genere ottenuto da Kellogg's nel corso dell'anno; la giuria dei genitori australiani ha attribuito all'azienda i premi "Potere nel tormento" e "Fumo e specchi" a causa delle sue campagne volte a promuovere cibo ritenuto non salutare, attribuendogli il titolo di "peggior nemico del 2010".

Nel mirino anche la Coca Cola, prossimo sponsor delle Olimpiadi previste a Londra nel 2012, per il "piano logistico sostenibile" presentato gli scorsi mesi, consistente nel predisporre di servire durante l'evento 25 milioni di bibite, con un apporto di zucchero approssimativo di otto cucchiaini di zucchero a testa per ciascuno degli 8,8 milioni di possessori dei biglietti dell'evento.

L'associazione benefica mette in luce anche dubbi sui vanti della multinazionale riguardo alla sostenibilità dei suoi prodotti, evidenziando un recente rapporto della Food Standard Agency che riporta l'elevata impronta del carbonio delle bevande zuccherate, raccomandandone una drastica diminuzione dell'utilizzo.

"Il 2010 è stato un anno di sfide per il mondo agro-alimentare" ha affermato uno dei responsabili della campagna di Sustain. "Quest'anno abbiamo visto le coalizioni di governo mettere in mano le politiche sulla salute alle industrie di cibo spazzatura, e la pubblicità di queste ultime influenzare la politica a livello sia nazionale che locale. In positivo, possiamo notare come comunità in tutto il territorio inglese stanno cercando di riprendere il controllo sul cibo che consumano, tramite campagne, progetti e il supporto all'acquisto responsabile di alimenti per le scuole e le istituzioni locali".

Impegno, quest'ultimo, che nel nostro paese viene portato avanti già da anni da Coldiretti, tramite

fondamentale per poter affrontare un problema emergente quale quello dell'obesità infantile, che solo tramite un'adeguata educazione alimentare e l'offerta di valide alternative a cibi elaborati e ricchi di zuccheri aggiunti si può sperare di affrontare.