



Polemica sui cibi a km 0

L'amministratore delegato dei supermercati Sainsbury riaccende la polemica

Fonte: RSI News

Le preoccupazioni ecologiche dei consumatori per le emissioni di CO₂ prodotte dai cibi provenienti da paesi lontani sono fuori luogo, frutto di un giudizio errato e danneggiano gli agricoltori dei paesi in via di sviluppo.

E' questa la tesi di Justin King, amministratore delegato della catena di supermercati britannica Sainsbury, che nel 1994 fu la prima a mettere in vendita in Gran Bretagna prodotti Fairtrade e che oggi è quella che vende il maggior numero di cibi, 160, del circuito equo e solidale.

In Gran Bretagna è molto forte la campagna per indurre a comprare cibi a "km 0", cioè prodotti nel paese o almeno in Europa, tanto è vero che la vendita di cibi britannici è aumentata dell'89% nell'ultimo anno.

Nel corso di una conferenza al Royal Agricultural College, King ha osservato che è stata messa molta enfasi sui cambiamenti climatici ed altre tematiche ambientali, offuscando l'obiettivo della riduzione della povertà.

Secondo l'ad di Sainsbury, i chilometri percorsi da un prodotto non sono, da soli, il modo migliore per giudicarne la sostenibilità, come dimostra uno studio effettuato da World Flowers, uno dei fornitori della catena britannica, che ha confrontato l'impatto ambientale delle rose coltivate in Olanda con quello delle rose provenienti dal Kenia. Queste ultime hanno registrato un contenuto di emissioni di CO₂, compreso il trasporto, pari al 17% di quello delle rose olandesi.

Le campagne a favore dei prodotti a "km zero", secondo King, possono essere viste come un'altra forma di protezionismo, a cui bisogna resistere.

Come riferisce il sito *Fresh Plaza*, i Friends of the Earth hanno replicato a King, sostenendo che, "se vogliono realmente aiutare gli agricoltori dei paesi in via di sviluppo, i supermercati dovrebbero pagare loro prezzi equi".

Anche la National Farmers' Union ha difeso la politica dei cibi a "chilometri zero", sostenendo che acquistando prodotti britannici si ha la garanzia di una maggior qualità, prezzi più bassi, ridotti costi di trasporto e minori emissioni di CO₂, aggiungendo che acquistare direttamente dagli agricoltori o dai fornitori, anziché nei supermercati, è ancora più economico e dà la garanzia che i prodotti non hanno percorso grandi distanze attraverso la Gran Bretagna.

In Italia, la campagna a favore dei prodotti a "km 0" è sostenuta, tra gli altri, da Coldiretti e Legambiente.