

FOOD POLITICS

A CURA DI MAURO ROSATI
maurorosati.it



«Obesità infantile, ecco come va combattuta»

L'INTERVISTA

Marion Nestle

Nutrizionista, insegna
alla New York University
È autrice di molti libri
ed editorialista
del San Francisco
Chronicle

Più di 100 milioni di telespettatori negli Stati Uniti hanno assistito, durante la serata di sport-spettacolo del Super Bowl di domenica sera, alla performance musicale di Beyoncé durante il *Pepsi halftime show* e agli spot pubblicitari andati in onda (tra cui, appunto, il più «notevole» è stato quello della PepsiCo). Già, perché Beyoncé è testimonial della PepsiCo, e non ci sarebbe nulla di strano se non fosse anche una delle promotrici della campagna salutistica di Michelle Obama *Let's Move!* contro l'obesità infantile. Su questo punto la nutrizionista e scrittrice statunitense di fama mondiale, Marion Nestle ha fortemente criticato l'artista. La Nestle, da sempre contraria all'eccesso di bibite gassate e zuccherate nella dieta dei bambini e non solo, vede una incoerenza tra il video-spot di Beyoncé per la Pepsi e la sua adesione al programma *Let's Move!*.

In questa intervista in esclusiva a *L'Unità*, Marion Nestle parla delle previsioni per il 2013 di tutto ciò che concerne il food: le azioni in fase di stallo, le future politiche decisionali e l'impatto socio-economico, nonché quello sulla salute, che possono avere. L'anno in corso induce previsioni ottimistiche ma rimangono ancora dei grossi interrogativi.

Perché ancora non esiste un «movimento del cibo» forte abbastanza da esigere dalla politica il cambiamento o perlomeno, il miglioramento del sistema alimentare?

«È una domanda che mi fanno spesso. I problemi sono politici e richiedono soluzioni politiche. Io posso commentare con più facilità la situazione negli

Usa dove abbiamo letteralmente migliaia di organizzazioni di base che lavorano per migliorare la produzione e il consumo alimentare, focalizzandosi su quello sostenibile, locale, regionale, urbano. Particolare attenzione è dedicata all'agricoltura biologica, al benessere degli animali da allevamento, al miglioramento delle condizioni lavorative per gli allevatori, ai mercati degli agricoltori, ai programmi come "dalla fattoria alla scuola" e "dalla fattoria al ristorante". Senza dimenticare il cibo nelle scuole, l'accesso ai cibi freschi e il supporto per l'acquisto di cibi più salutari. Unire questi gruppi significa identificare gli obiettivi e le strategie comuni. Vuol dire guardare agli altri gruppi come parte integrante dello stesso movimento e non come concorrenti per le risorse, i membri o la pubblicità. Anche le coalizioni più note hanno mostrato delle difficoltà a formarsi e soprattutto a mantenersi».

Le Big Food, ossia i colossi industriali dell'alimentazione, possono migliorare la propria offerta alimentare e favorire così la salute dei consumatori?

«Il lavoro di tutte queste compagnie è quello di generare profitti per gli azionisti. Se il cibo sano costa di più e riduce i profitti, le compagnie ovviamente non faranno nulla per aumentare l'offerta di cibo sano, a meno che non sen-



tano forte la pressione dei consumatori. Il fatto che alcuni lo stiano già facendo è indice proprio del potere della richiesta del consumatore».

Un importante tema come gli Organismi geneticamente modificati (Ogm) viene spesso misconosciuto. A questo si sommano anche le posizioni differenti del mondo accademico e il disinteresse della classe politica. Come mai c'è ancora paura nell'approfondire l'argomento?

«Metà del mio libro *Cibo sicuro: la politica della sicurezza alimentare* tratta la questione Ogm. Come argomento anche nel libro, le problematiche legate agli Ogm vanno ben oltre la sicurezza alimentare. Anche se apparentemente i cibi Ogm sembrano sicuri, non sono necessariamente accettabili per una serie di altre importanti ragioni etiche, morali, politiche, economiche e sociali. Personalmente, sono più interessata al fatto che un'unica compagnia abbia un monopolio virtuale sulla produzione del mais e della soia, rispetto a quello che sono per le questioni della sicurezza. Quello che rende i dibattiti sugli Ogm particolarmente difficili è il fatto che queste compagnie (per la maggior parte delle vere e proprie multinazionali, ndr) incorniciano la questione come una soddisfazione dei bisogni alimentari del mondo, quan-

do in realtà si tratta solo di utili societari. Se le multinazionali degli Ogm si impegnassero seriamente a risolvere i problemi alimentari del mondo e fossero più trasparenti per quanto riguarda l'uso di pesticidi ed erbicidi - e di conseguenza etichettassero i propri prodotti -, allora si genererebbero meno controversie».

Come si può favorire l'educazione alimentare soprattutto nel mondo giovanile?

«Il modo migliore per far conoscere ai bambini le diete salutari è far provare loro l'esperienza della produzione alimentare. I bambini ai quali viene insegnato come coltivare, preparare e cucinare il cibo, mangeranno verdure molto più volentieri. È molto più importante far conoscere ai bambini la varietà alimentare, i gusti, i sapori e le composizioni che i nomi delle specifiche vitamine. Due sono gli aspetti più importanti per quanto riguarda le diete salutari: mangiare una varietà di cibo non trattato e non eccedere con il mangiare. Poiché il *junk food* (termine con cui convenzionalmente si indica cibo ad alto contenuto calorico ma di scarso valore nutrizionale, ndr) è così fortemente commercializzato, qualsiasi programma di educazione nutrizionale deve insegnare ai bambini come funziona il marketing, come riconoscerlo e interpretarlo in modo adeguato».

