

# I segreti dei prodotti a km zero

VINCENZO GUERCIO

**F**uturo.Bg, ciclo di incontri organizzato dall'Ateneo di Scienze, Lettere ed Arti, prosegue domani, ore 17,30, alla Sala Galmozzi (via Tasso, 4), con l'incontro «Il km 0, tra mode e necessità. Agricoltura rispettosa dell'ambiente e della storia versus sostenibilità economica».

Coordina Raul Tiraboschi, di Slow Food. «Siamo in stretta continuità con il percorso intrapreso», dichiara Maria Mencaroni, presidente Ateneo. «Dopo aver visto, la settimana scorsa, i problemi legati a recupero dell'ambiente e restauro di un paesaggio, entriamo anche più nel concreto». Come deve essere recuperato e conservato un paesaggio agricolo? «Da una parte si tende a creare i presupposti per produzioni a km zero, molto di moda, eticamente valide. Ma oggi ci si sta interrogando sul senso del km zero». Che «non è km 0, ma è km 100, 200, almeno a dimensione regionale». D'altra parte il prodotto a km zero, biologico, biodinamico, (si) chiede Mencaroni, «è sostenibile sul piano economico?». Questo tipo di agricoltura «può essere utile, capace di rispondere ai bisogni di una società», sostenuta com'è dallo «snobismo» di noi cittadini? Quando pensiamo la campagna, infatti, specifica la presidente, «la pensiamo da cittadini», perché non la abitiamo più, non lavoriamo la terra, non conosciamo le fatiche che impone. Quale voce più utile ad entrare nel tema, allora, di quella di un imprenditore agricolo, come il bergamasco Giovanni Venier? Che, con Alberto Capatti (Università di Pol-

lenzo), sarà protagonista dell'incontro. «L'Europa - anticipa Venier - è divisa in due: da una parte la popolazione più colpita dalla crisi, che ha bisogno di cibi sani a prezzi bassi; dall'altra un ceto più benestante per cui le priorità sembrano, invece: cibi Km0, ritenuti più sani e controllati, rispetto dell'ambiente, benessere animale, cibi biologici e Ogm free». Si è calcolato che, per le famiglie, un'alimentazione Dop «costerebbe circa 1.000-1.200 euro in più al mese». I dati economici, inoltre, rivelano che: «chiudono le aziende piccole, 16.000 solo nel 2012, e si ingrandiscono le più grandi». Le Dop, «incidono sul fatturato alimentare per il 4%», di cui «Parmigiano Reggiano, Grana padano, prosciutti di Parma e S. Daniele e mozzarella di bufala, rappresentano il 70%». L'80% della spesa

alimentare «avviene nella grande distribuzione». Da ciò, conclude l'imprenditore, «emerge che alimentazione a Km0 non è solo il mercatino dell'agricoltore/allevatore che, come una volta, porta in città i propri prodotti, come in Piazza Pontida». È un «mercato di nicchia che può andare bene al piccolo agricoltore, ma che non ha risvolti importanti sull'alimentazione "made in Italy"». Il senso vero, concreto, del km0 è «la necessità di fornire alla popolazione cibi italiani, prodotti con materie prime coltivate o nate, allevate e trasformate in Italia, sotto rigorosi controlli sanitari». A questo fine «è necessario premere sul legislatore perché capisca che i prodotti del "made in Italy" siano davvero "made in Italy" e non solo trasformati e/o confezionati in Italia».

Via Tasso Domani ore 17,30

*Serata su cibi e  
ambiente all'Ateneo  
di Scienze, Lettere  
ed Arti*

*«Pensiamo  
la campagna da  
cittadini, perché non  
la abitiamo più»*

