

La battaglia americana sull'etichetta al cibo Ogm

CARLO PETRINI

NEGLI Stati Uniti, in questa fine d'estate, non c'è solo la campagna presidenziale a tenere banco nelle cronache politiche. C'è anche un'altra questione che, sebbene riguardi uno solo dei 50 Stati a stelle e strisce, può avere una ricaduta di assoluto impatto su tutto il sistema alimentare americano e non solo.

In concomitanza con il voto presidenziale i cittadini californiani saranno chiamati a esprimersi, attraverso il metodo del referendum (proposition), su una serie di leggi. Tra queste, una delle più rilevanti e dibattute è la Proposition 37 che, una volta in vigore, obbligherebbe a dichiarare in etichetta l'eventuale presenza di Ogm nei prodotti freschi o trasformati e proibirebbe di definire "naturali" in etichetta tali prodotti.

Intendiamoci subito, non si tratta qui di una discussione pro o contro gli Ogm. Il tema centrale del dibattito è il diritto all'informazione. Sia infatti ben chiaro che, se la legge dovesse essere approvata, gli organismi geneticamente modificati non verrebbero affatto messi al bando, semplicemente verrebbe introdotto il dovere di specificare la loro presenza in etichetta. E la differenza non è sottile.

Ciascuno di noi ha il diritto di decidere come e dove intende nutrire se stesso e i propri figli, ma parte di questa libertà sta proprio nella quantità di informazioni di cui si dispone al momento della scelta. E qui si gioca gran parte della sfida californiana.

Sfidala cui importanza cruciale si evince chiaramente dalle forze messe in campo, in particolare da coloro che si oppongono alla sua approvazione. Il gigante Monsanto e altre multinazionali dell'agroindustria hanno raccolto più di 40 milioni di dollari in pochi mesi per mettere in atto una campagna nel tentativo di ribaltare i son-

daggi, che al momento indicano il 65% della popolazione californiana come favorevole all'etichettatura. Qui c'è un altro punto interessante da evidenziare: non sono soltanto i grandi marchi delle multinazionali dell'agroindustria a remare contro la Proposition 37, al contrario il paradosso è che anche alcuni grandi brand del biologico finanziano lautamente il fronte del no. Può sembrare assurdo, ma la realtà è che, in particolare in Usa, la gran parte del mercato del biologico è in mano ad aziende di proprietà di multinazionali che, come ovvio, non hanno solo il biologico (ed evidentemente nemmeno l'informazione trasparente) tra le loro priorità. Tra queste ci sono la stessa Monsanto, la Pepsi, la Coca Cola, la Nestlé tutte saldamente coalizzate nel tentativo di fermare la proposta. E dall'altra parte?

Sul fronte che promuove il sì le forze sono decisamente più esigue sul piano finanziario. Solo un milione di dollari di finanziamenti per la campagna, ma più di un milione di firme raccolte per chiedere che la legge fosse sottoposta al voto popolare. Il comitato promotore, con in testa

Michael Pollan (autore de *Il Dilemma dell'Onnivoro*) e Alice Waters (leader del biologico negli Usa) vede tra le sue fila le associazioni ambientaliste, le associazioni che si occupano di diritto al cibo e salute alimentare (tra cui **Slow Food**) e tutta quella parte della società americana attenta ai temi dell'ambiente, della sostenibilità e della salute che in California ha la sua punta di diamante. La sfida è certamente difficile, ma dobbiamo essere ottimisti.

Ma perché una legge californiana dovrebbe interessare anche noi europei e noi italiani? È vero che qui in Italia i prodotti Ogm non sono ammessi per la coltivazione (o meglio, è necessario richiedere un'autorizzazione al governo, finora mai accordata), ma non ci sono restrizioni all'importazione, pur-

ché adeguatamente etichettati. Se la legge non passa si rischia di sferrare un nuovo duro colpo al fronte del cibo senza Ogm. Nel bene o nel male, ciò che succede in California è destinato a influenzare tutti gli Stati Uniti, e ciò che succede negli States non può che avere una diretta influenza anche sull'Europa.

Come detto, siamo di fronte all'affermazione di un principio, del diritto dei cittadini ad essere informati di ciò che c'è nel loro cibo e di come il loro cibo viene prodotto. È una battaglia di civiltà che non lede la libertà di mangiare Ogm, semplicemente chiede la trasparenza.

Resta da chiarire il perché l'eventuale approvazione di questa legge spaventa così tanto le aziende che usano Ogm. Il loro problema è che, secondo i sondaggi, più del 75% dei cittadini californiani preferirebbe non consumare alimenti geneticamente modificati. In sostanza, secondo alcuni analisti, una volta che l'etichetta fosse obbligata a dire la verità, il mercato di quella fascia di prodotti crollerebbe, e le aziende produttrici sarebbero costrette a puntare su alternative senza Ogm per restare sul mercato. Ciò significherebbe utilizzare ingredienti diversi appositamente per il mercato californiano (California che da sola rappresenta il 12% della popolazione Usa), e questa scelta sarebbe antieconomica perché significherebbe raddoppiare le filiere. Tutto ciò ovviamente avrebbe dei costi, che potrebbero indurre a rivedere l'intera produzione nella direzione dell'Ogm free.

A questo punto non è difficile capire l'avversione profonda delle grandi corporation verso la legge 37, senza contare che tante di queste producono anche le sementi Ogm, che perderebbero importanti quote di mercato.

Questa prospettiva dà la cifra dell'importanza e della ricaduta a livello mondiale di questa legge. Non è un problema solo californiano. La cultura del cibo passa innanzitutto dall'informazione e dalla trasparenza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Resta da capire perché questa legge spaventa tanto le aziende produttrici