



Chilometro consapevole vs chilometro zero

Il miglior strumento per motivare e avvicinare sempre più persone a scelte di acquisto responsabili è aumentare il grado di consapevolezza rispetto a tutta la filiera del cibo. Per fare scelte realmente sostenibili dovremmo tenere conto di una complessità di fattori: delle distanze percorse dei prodotti, dei mezzi di trasporto impiegati, del packaging, della plastica utilizzata, della chimica in campo, dello sfruttamento del lavoro, del benessere animale.

Nella pratica però abbiamo accesso a una quantità di informazioni molto limitata. Del cibo che mangiamo non sappiamo quasi niente: da dove arriva, quanti chilometri ha percorso, chi l'ha prodotto e con quali criteri, se ha favorito fenomeni di sfruttamento, se proviene da allevamenti intensivi o estensivi, da produzioni agricole industriali o famigliari. In collaborazione con il Centro Studi Socialis dell'università degli Studi di Brescia abbiamo sviluppato il concetto di "chilometro consapevole": una sorta di evoluzione del "chilometro zero", ormai generalmente considerato un indice di sostenibilità ambientale, cercando di rappresentare la complessità che si cela dietro le nostre scelte di acquisto.

La nostra ricerca

Nel periodo compreso tra il 2 e il 10 dicembre 2022 abbiamo avviato uno studio comparativo con la Grande Distribuzione Organizzata su un paniere di prodotti ed effettuato rilevazioni in 7 supermercati di Cremona (Carrefour, Conad, Coop, Esselunga, iN'S, Lidl, Penny). Per aumentare la rappresentatività del campione (l'80% degli acquisti a Filiera Corta Solidale si concentra sul fresco), abbiamo scelto di focalizzare l'analisi sui prodotti freschi, prendendo come riferimento i 15 prodotti più richiesti durante la stagione autunnale. Per ciascun prodotto abbiamo raccolto il maggior numero di informazioni tra quelle riportate in etichetta, con particolare attenzione ai km percorsi (per un totale di 124 rilevamenti effettuati).

La ricerca ha messo immediatamente in evidenza una sostanziale carenza di informazioni relative alla zona di coltivazione/produzione delle materie prime.

Il 15% dei prodotti (gran parte della frutta e verdura sfuse) non disponeva di alcun tipo di informazione per individuare il luogo di provenienza.

L'8% presentava dati incompleti, indicando solo il Paese di origine (è il caso dei kiwi della Nuova Zelanda, delle carni bovine provenienti da allevamenti francesi e spagnoli o dei latticini prodotti con latte dell'Unione Europea).

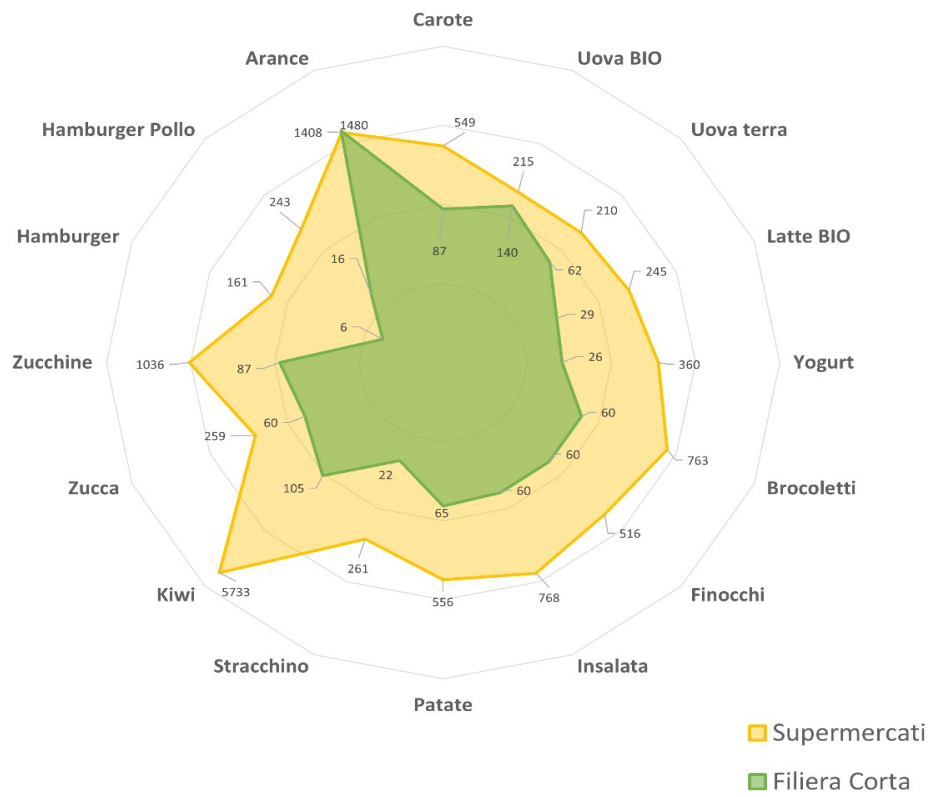
I risultati sul nostro territorio

Nella maggior parte dei casi per il consumatore è estremamente difficile ricostruire il percorso di tutta la filiera, che comprende il tragitto dal luogo di produzione delle materie prime a quello di trasformazione, fino alle sedi di confezionamento e distribuzione. Spesso in etichetta è infatti riportata esclusivamente la sede di trasformazione e/o confezionamento. Una volta elaborati i dati, pur con questi limiti, li abbiamo messi a confronto con quelli di Filiera Corta Solidale, operando un calcolo sulla media delle distanze percorse da ciascun prodotto.

Da questo confronto è emerso che, tranne per le arance, tutti i percorsi analizzati risultano nettamente più brevi per il circuito di Filiera Corta Solidale, con un risparmio di chilometri superiore all'87% (questo valore non tiene volutamente conto del caso dei kiwi provenienti dalla Nuova Zelanda, altrimenti sarebbe sensibilmente più alto). Prendendo come riferimento l'intero paniere di prodotti (che potrebbe coincidere con una spesa settimanale tipo di una famiglia), il risparmio totale ammonta a 5.360 km (10.990 se si include il picco dei kiwi), pari a 900 kg di CO2 equivalenti (per un totale di 46.800 kg di CO2 risparmiata in un anno = 2.000 alberi da piantare).

Prodotti	Distanza media in Km	
	GDO	Filiera Corta
Carote	549	87
Uova BIO	215	140
Uova terra	210	62
Latte BIO	245	29
Yogurt	360	26
Broccoletti	763	60
Finocchi	516	60
Insalata	768	60
Patate	556	65
Stracchino	261	22
Kiwi	5733	105
Zucca	259	60
Zucchine	1036	87
Hamburger Scottona	161	6
Hamburger Pollo	243	16
Arance	1408	1480

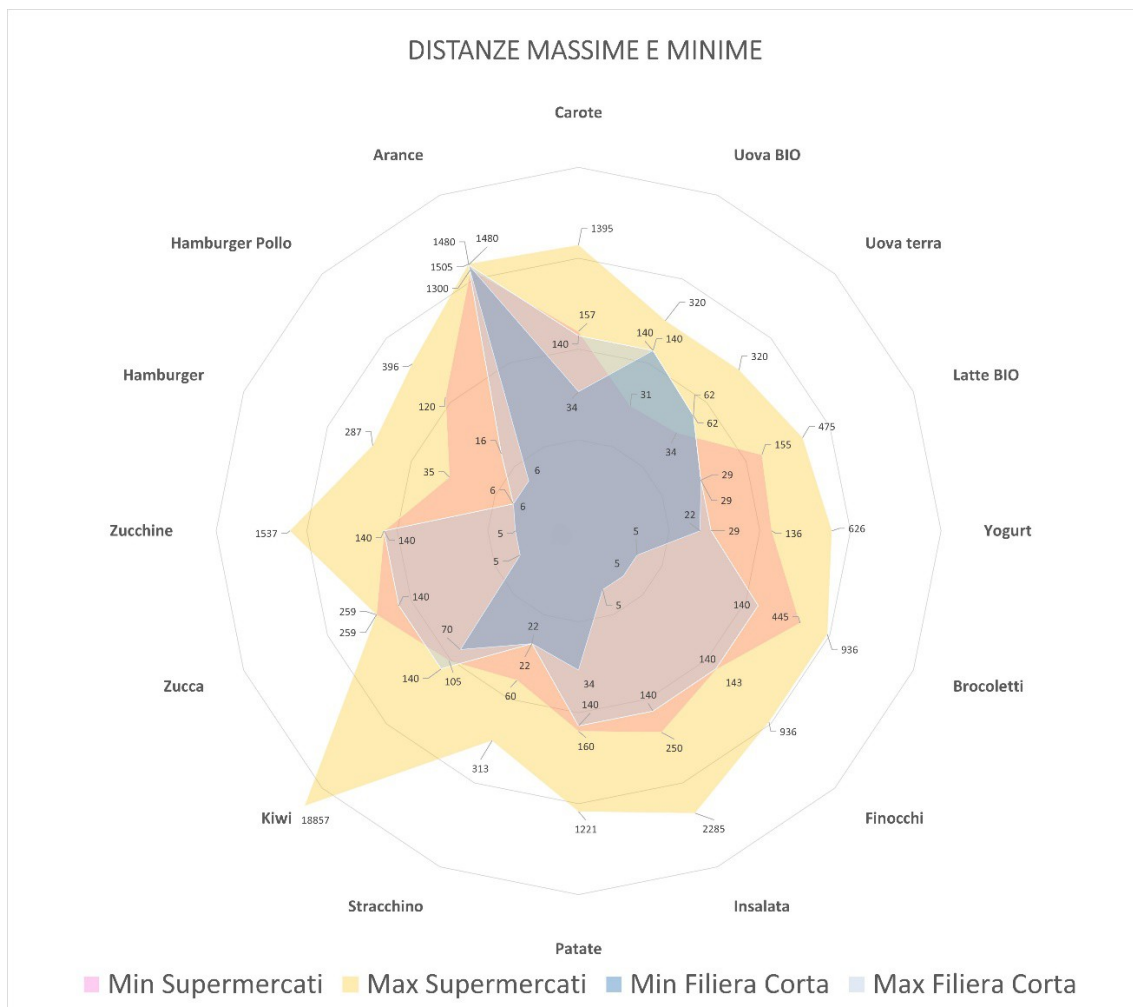
DISTANZA MEDIA IN KM.



Considerata la complessità dei dati e la varietà di scelta offerta dalla Grande Distribuzione, abbiamo elaborato un secondo calcolo mettendo a confronto le distanze minime e massime per ciascun prodotto dei due modelli distributivi.

Anche nel caso più "sfavorevole" a Filiera Corta, confrontando le distanze minime percorse nella GDO con quelle massime di Filiera Corta si ottiene un risparmio non trascurabile (somma distanza minima GDO 3.530 km vs somma distanza massima Filiera Corta 2.904 km). Occorre sempre tenere conto che il risparmio risulta sottostimato perché per molti dei prodotti della GDO non viene presa in esame la zona di provenienza delle materie prime, ma solo quella di trasformazione / confezionamento.

Prodotti	GDO		Filiera Corta	
	Min	Max	Min	Max
Carote	157	1395	34	140
Uova BIO	31	320	140	140
Uova terra	34	320	62	62
Latte BIO	155	475	29	29
Yogurt	136	626	22	29
Broccoletti	445	936	5	140
Finocchi	143	936	5	140
Insalata	250	2285	5	140
Patate	160	1221	34	140
Stracchino	60	313	22	22
Kiwi	105	18857	70	140
Zucca	259	259	5	140
Zucchine	140	1537	5	140
Hamburger Scottona	35	287	6	6
Hamburger Pollo	120	396	6	16
Arance	1300	1505	1480	1480



Per rappresentare graficamente i confronti tra medie e tra massimi e minimi, abbiamo utilizzato una scala logaritmica, in quanto l'enorme differenza tra distanze massime di oltre 18.000 km e distanze minime di 5 km rendeva impossibile la rappresentazione grafica di una scala lineare.

Questo calcolo di tipo quantitativo andrebbe integrato da un'analisi qualitativa. È il caso ad esempio delle uova. È corretto paragonare prodotti che provengono da allevamenti che rispondono a modelli tanto diversi: uno con galline libere al pascolo e l'altro con migliaia, quando non decine di migliaia, di animali allevati a terra ammassati in capannoni chiusi?

Di nuovo si torna alla necessità di un approccio complesso alla sostenibilità e all'importanza di raccontare con maggior completezza la storia e l'impatto del cibo, offrendo a chi lo consuma più elementi possibili per fare scelte più consapevoli. Per questo abbiamo deciso di arricchire le informazioni contenute nelle schede di presentazione dei prodotti distribuiti da Filiera Corta Solidale, elaborando una sorta di etichetta narrante.

Un'etichetta narrante è una contro-etichetta che si aggiunge a quella obbligatoria per legge e che fornisce informazioni sui produttori, sulle loro aziende, sulle varietà vegetali coltivate o sulle razze animali allevate, sul benessere animale, sulle tecniche di lavorazione, sui territori di provenienza: tutti elementi importanti per comprendere se un alimento è prodotto nel rispetto dell'ambiente, della giustizia sociale, degli animali.