

# Le promozioni dei supermercati nascondono gli effetti dell'emergenza climatica

FABIO CICONTE  
associazione Terra!

**L**e offerte promozionali dei supermercati, i 12 miliardi di volantini che ogni anno vengono stampati e recapitati nelle nostre cassette delle lettere per convincerci a comprare questo o quel prodotto, a scegliere una catena piuttosto che un'altra, hanno una capacità pervasiva che non ha pari. Tre per due, super sconti con le tessere fedeltà, "persone oltre le cose", "prezzi bassi sempre", le offerte della grande distribuzione (Gdo) ci raccontano di un mondo idilliaco dove puoi comprare tutto, o quasi, con pochi centesimi.

L'ultima in ordine di tempo è la promozione sull'anguria. Eurospin, gruppo leader del discount, che già lo scorso anno aveva lanciato un'offerta shock promuovendole a 1 centesimo al Kg, quest'anno si spinge oltre: anguria in regalo il 14 agosto. Anche Pam, importante gruppo veneto presente in tutta Italia, pochi giorni fa lanciava un'offerta simile. Gli agricoltori si indignano ma naturalmente entrambi i gruppi della Gdo specificano che alla filiera agroalimentare viene garantito il giusto prezzo e che l'offerta è valida

solo a fronte di una spesa minima.

La realtà è che in una stagione segnata da gelate e grandinate che hanno messo a dura prova il settore primario, operazioni di questi tipo non solo sviscerano l'intero comparto ma danno anche un messaggio distorto al consumatore.

Nel reparto ortofrutta dei supermercati, i prodotti sono perfetti, i frutti identici, le promozioni impazzano, la stagionalità non esiste. Così il consumatore nel corso degli anni si è abituato a trovare sempre tutto. Nei campi dell'Italia agricola però, non tutto è così semplice. In Friuli Venezia Giulia una violenta grandinata ha colpito una vasta area della Regione, distruggendo, ancora una volta, interi raccolti. Tra cui la produzione di angurie, perforate da chicchi di grandine grandi come palline da tennis.

Basterebbe questo esempio per chiedersi come sia possibile che la frutta sia sempre perfetta o che un'anguria venga addirittura regalata.

Che la crisi climatica stia producendo danni indicibili, è sotto gli occhi di tutti.

In Europa alluvioni, grandinate e nubifragi hanno provocato decine di morti e causato danni enormi

a interi settori di un'economia già martoriata dalla pandemia. Gli eventi meteorologici estremi, quelli che ancora alcuni si ostinano a definire "maltempo", stanno diventando sempre più frequenti e sempre più intensi. Ogni giorno ormai i media locali fanno la conta dei danni che intemperie eccezionali provocano su ettari ed ettari di frutta e verdura, eppure è come se il consumatore non dovesse accorgersi di nulla, non dovesse collegare la crisi climatica con l'atto della spesa. Vorrei quindi lanciare un appello alla Gdo: se davvero volete contribuire alla transizione ecologica, fatelo mostrando ai vostri clienti il mondo reale. Alla prossima grandinata, alla prossima alluvione, invitate i vostri clienti a pagare qualche centesimo in più la frutta, raccontateci che quei pochi centesimi serviranno a sostenere gli agricoltori vittime della crisi climatica. Sono certo che la maggior parte della vostra clientela capirà. Intanto, però, ritirare la promozione sull'anguria sarebbe un primo passo importante per restituire valore e dignità al cibo, a chi lo produce e a chi lo raccoglie.