
Condividiamo in tutto la posizione di Carlo Petrini: la conservazione della biodiversità non passa attraverso la mercificazione dei prodotti

Non possiamo non condividere le parole del grande Carlo Petrini riportate in questo articolo apparso sul quotidiano Repubblica. La conservazione della biodiversità non può ridursi ad una semplice operazione di marketing. Questo concetto vale, sia quando parliamo della tutela delle nostre eccellenze agricole e gastronomiche che per la selvaggina. Non tutto può essere monetizzato o mercificato e le eccellenze restano tali solo quando il loro essere prodotti di nicchia gli consente di mantenere standard di qualità e di etica di produzione elevatissimi. Questo vale sia quando si parla di metodologie di produzione agricola e di benessere degli animali allevati che del modo di procurarsi la carne di selvaggina. Chi intende creare un mercato diffuso della carne di animali selvatici partendo dalle aziende faunistiche come pensa di procurarsi le tonnellate di carne necessarie ad alimentare in pianta stabile una filiera nazionale? I nostri dubbi riguardo a questi progetti restano intatti, per noi andare a caccia è passione, tradizione, socialità e sostenibilità. Restiamo difensori della caccia sociale e scettici sulle logiche commerciali esasperate, contrariamente ad altri che sembrano averle sposate appieno.

Alleghiamo l'articolo:

https://www.repubblica.it/il-gusto/2023/03/16/news/scontro_slow_foodcoldiretti_su_mc_donalds_non_si_difende_cosi_litalianita-392382443/?rss