

## Festival 2019 del Giornalismo Alimentare: report day 2

Inviato da Eva Panitteri

lunedì 25 febbraio 2019

Ultimo aggiornamento lunedì 25 febbraio 2019

TORINO - Si è svolta a Torino la 4<sup>a</sup> edizione del Festival del Giornalismo Alimentare. 32 panel di approfondimento hanno regalato un'offerta formativa esaustiva, intelligente e puntuale che non ha deluso le aspettative. Unica pecca, il linguaggio con poca declinazione di genere. Compensato dai numerosi panel al femminile come quello moderato dalla Critica Gastronomica Fiammetta Fadda, ospiti le direttrici di 5 testate gastronomiche "Compagne del buon vivere" o quello moderato dalla collega Marcella Zanellato, dove due avvocate hanno talmente catturato il pubblico, che pur di ascoltarle su "norme e sentenze" per orientarsi tra "regole e tranelli" della comunicazione digitale, hanno ben volentieri saltato il pranzo.

La Chef Cristina Bowerman nella veste di Presidente degli Ambasciatori del Gusto, segnala la necessità di creare un "profilo di gusto italiano riconoscibile da tutti" insieme all'"esigenza di maggiori role models in particolare femminili" per riequilibrare un campo professionale particolarmente dominato dagli uomini, e di "formazione, punto nodale oggi che mancano capacità di critica e di approfondimento".

Giorgia Ceccarelli di Oxfam Italia, nel panel "Etica e filiera alimentare" presenta una slide interessante: nessuno dei 5 maggiori attori della grande distribuzione italiana (i supermercati per intenderci) fa scelte o applica politiche per il miglioramento delle condizioni lavorative delle donne e/o la salvaguardia dei loro diritti: "sette indicatori, dalla forbice salariale alla raccolta di dati, al fornire strumenti ai fornitori per combattere le cause delle disuguaglianze" e tutti totalizzano ZERO. Nessun gruppo virtuoso. (Rapporto OXFAM - Donne a pag.19, pagella supermercati a pag.20)

Si evidenzia, dai vari interventi, un certo disaccordo tra chi crede nella "filiera certa non corta" (Bowerman) e chi preferisce la "filiera corta al KMZero che fa fallire gli operatori" (Pedroni, COOP); c'è chi richiama anche la "responsabilità sociale del consumatore che dovrebbe andare di pari passo alla responsabilità sociale dell'impresa" (Mostaccio, Movimento Consumatori). Il tutto facendo attenzione alle Fake News: tranelli, sofisticazioni ed inganni sono dietro ad ogni angolo, ma per sconfiggerli basterebbe "applicare seriamente le leggi che già esistono" (Puente, Giornalista e Debunker).