IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Nuovi modelli alimentari e agricoltura, successo per l'incontro all'azienda Maccarese

I modelli alimentari che cambiano rappresentano una sfida per il mondo agricolo, creando a volte delle difficoltà legate a campagne terroristiche infondate ma più spesso vere e proprie occasioni di reddito. Il tema è stato al centro dell'incontro organizzato dall'azienda agricola Maccarese, il più grande allevamento d'Italia, associata alla Coldiretti, nel castello di San Giorgio a Fiumicino (Roma).

Un momento di confronto al quale hanno preso parte il presidente di Coldiretti Roberto Moncalvo, il segretario generale della Coldiretti, Vincenzo Gemsundo, e l'amministratore delegato del gruppo Maccarese, Silvio Salera, assieme a nomi d'eccellenza del settore agroalimentare come Luigi Cremonini, presidente del Gruppo Cremonini, Francesco Divella del Pastificio Divella, lo chef Antonello Colonna, il nutrizionista Pietro Migliaccio e il professore dell'Università di Perugia, Angelo Frascarelli.

E' toccato a quest'ultimo illustrare lo studio sui profondi cambiamenti che hanno interessato i consumi alimentari. Nel tempo si è passati dal modello alimentare tradizionale, al modello agro-industriale della produzione e dei consumi di massa (età moderna), al modello della sazietà (tarda modernità) e all'attuale modello del polimorfismo flessibile (post modernità). Ogni modello è strettamente collegato ed è un'evoluzione del precedente che ha portato i consumatori verso nuove forme di consumo come adattamento ai nuovi stili di vita.

Mutamenti – ha spiegato Frascarelli - che a volte creano problemi ai produttori, ma molto più spesso generano interessantissime occasioni di reddito (pensiamo all'aumento dei consumi dei prodotti biologici e salutistici). Lo dimostra il progressivo aumento dei consumi di prodotti appartenenti all'ambito Benessere & Salute con un trend positivo di +8,4% sulle vendite in volume e +9% su quelle in valore nell'ultimo anno, secondo un'analisi Coldiretti su dati Nielsen.

"L'attenzione dei consumatori per il valore qualitativo di quello che portano in tavola è sicuramente un fatto positivo ha dichiarato nell'occasione il presidente della Coldiretti, Roberto Moncalvo nel sottolineare che "il miglior modo per sostenere questa rinnovata centralità del cibo è consentire ai cittadini di fare scelte di acquisto consapevoli garantendo loro una piena trasparenza sulla reale origine di quello che mettono nel carrello con una etichettatura chiara e completa anche sulla provenienza".