

Per un cittadino su quattro il made in Italy a tavola vale il doppio

Per quasi un italiano su quattro (23 per cento) il cibo italiano dal campo alla tavola vale almeno il doppio, nonostante il momento di crisi economica; il 53 per cento dei cittadini preferisce acquistare prodotti alimentari locali e artigianali che battono nettamente le grandi marche (appena 10 per cento); tre su quattro ritengono che gli Ogm siano meno salutari dei cibi tradizionali; uno su tre acquista regolarmente prodotti a denominazione di origine e il 14 per cento quelli biologici.

Sono i risultati della prima indagine che studia il contributo del Made in Italy alla ripresa economica, realizzata da Coldiretti-Swg a ottobre 2010 e presentata nel corso del Forum Internazionale dell'Agricoltura e dell'Alimentazione organizzato dalla Coldiretti a Villa d'Este di Cernobbio.

Vediamone alcuni dati. Il valore superiore attribuito dagli italiani agli alimenti, realizzato con prodotti coltivati o allevati interamente in Italia, è innanzitutto eccezionale con due consumatori su tre (65 per cento) che ritengono valga dal 10 per cento in su. La fiducia nel Made in Italy rispetto al prodotto straniero è del 91 per cento per gli alimenti, del 66 per cento per i vestiti, del 55 per cento nei mobili, del 49 per cento per la cosmetica, del 39 per gli utensili, del 26 per auto e motorini e del 18 per l'elettronica e cresce nel 2010 in tutti i settori.

Una superiorità, quella del Made in Italy alimentare, che viene attribuita al rispetto di leggi più severe, alla bontà e freschezza e alla garanzia di maggiori controlli. L'attenzione all'origine del prodotto è anche evidenziata dal fatto che ben il 97 per cento degli italiani ritiene che dovrebbe essere sempre indicato il luogo di allevamento o coltivazione dei prodotti contenuti negli alimenti.

Non stupisce dunque che una maggioranza assoluta del 53 per cento degli italiani preferisce acquistare prodotti alimentari locali e artigianali che battono nettamente le grandi marche, le quali si fermano al 10 per cento. La vittoria del prodotto legato al territorio è sancita dal fatto che oltre due terzi degli italiani (68 per cento) si sentirebbero più garantiti da un marchio degli agricoltori italiani rispetto al marchio industriale (11 per cento) e a quello della distribuzione commerciale (10 per cento).

Una opinione confermata dal fatto che nel 2010 si è registrato un vero boom degli acquisti diretti dai produttori dove compra regolarmente il 17 per cento degli italiani con un aumento record del 55 per cento.

La ricerca Coldiretti-Swg evidenzia poi come le provocazioni, con l'eclatante semina illegale di mais geneticamente modificato (Ogm) e il pressing delle grandi lobby multinazionali con imponenti campagne di promozione che hanno segnato in Italia il 2010 non abbiano convinto i cittadini che mantengono salda la propria opposizione agli Ogm, ritenuti meno salutari di quelli

Un atteggiamento che dà valore alla scelta fatta dalla Conferenza delle regioni che ha deciso recentemente all'unanimità di continuare a vietare la coltivazione di organismi geneticamente modificati in Italia con l'importante invito ad esercitare la clausola di salvaguardia per vietare sul territorio nazionale la semina e la produzione della patata Amflora e del mais Mon810.

Un italiano su tre (32 per cento), infine, acquista regolarmente prodotti a denominazione di origine e il 14 per cento quelli biologici. Complessivamente il fatturato dei prodotti a denominazione di origine Made in Italy ha sfiorato nel 2009 i dieci miliardi di euro realizzati per quasi il 20 per cento sui mercati esteri dove crescono parallelamente anche le imitazioni e i tarocchi.

I prodotti più consumati sono i formaggi (con il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano in testa) e i salumi (tra i quali guidano la classifica il Prosciutto di Parma e quello di San Daniele), ma sono cresciute anche le altre categorie di prodotto come gli ortofrutticoli (dalla Mela della Val di Non a quella dell' Alto Adige, dalle Arance Rosse di Sicilia alla Pesca e Nettarina della Romagna) e gli extravergini.