

Cai-Coldiretti, arriva il marchio per i mangimi No Ogm

In controtendenza alla crisi, il mercato dei mangimi senza Ogm è cresciuto in Italia del 15 per cento negli ultimi tre anni. E' quanto emerso da uno studio presentato da Consorzi Agrari d'Italia (Cai) nel padiglione della Coldiretti ad Expo in occasione della presentazione del marchio mangimi No Ogm per rispondere alle esigenze di un numero crescente di consumatori in Italia, in Europa e nel mondo.

I Consorzi Agrari aderenti a Cai hanno fatto una scelta di campo avanzata, a tutela del prezioso patrimonio alimentare Made in Italy, convertendo tutti i mangimifici alla produzione di mangimi No Ogm. Dalla conversione degli impianti già per l'annata in corso si prevede la produzione di 280.000 tonnellate di mangimi No Ogm che saranno tutte commercializzate con l'unico marchio di Consorzi Agrari d'Italia.

Si tratta di una vera svolta per i Consorzi Agrari aderenti a Cai che rappresentano una quota produttiva importante pari a circa il 8 per cento sul totale nazionale, a significare che l'elemento valoriale del No Ogm assume sempre più un ruolo strategico a salvaguardia della qualità e della distintività del Made in Italy.

I Consorzi Agrari sono peraltro gli unici attori sul mercato che possono controllare la filiera partendo dal seme, giocano un ruolo nevralgico e propulsivo nel panorama agroalimentare nazionale. Il tutto si traduce in grandi opportunità sia per gli allevatori che intendono distinguere e valorizzare le loro produzioni ma anche per i cerealicoltori che attraverso contratti di filiera possono accorciare le filiere e valorizzare le produzioni locali di qualità, sull'intero territorio nazionale

Consorzi Agrari d'Italia, con le strutture di riferimento sul territorio, si pone dunque l'obiettivo della valorizzazione dell'identità territoriale nazionale, proponendosi, sempre di più, come elemento aggregante in un contesto generale agricolo in cui fattori quali esperienza, professionalità, capillarità territoriale, efficienza nel fornire servizi alle imprese, possono risultare elementi strategici fondamentali e vincenti.

"Recenti studi dimostrano che la disponibilità a pagare di più per prodotti ogm free è spesso elevato e raggiunge negli usa in media tra il 14 ed il 21 per cento" ha affermato il Professor Felice Adinolfi nel sottolineare che peraltro "i valori sono più elevati per la carne per la quale i consumatori statunitensi spenderebbero 7 dollari in più al chilo per averla certificata come proveniente da alimentazione priva di ogm".

"Di fronte alle incertezze legislative comunitarie abbiamo avviato con responsabilità un percorso di trasparenza unico in Europa per rispondere alle nuove domande che vengono dal mercato" ha

Agrari di Cai con questa scelta si pongono l'obiettivo di diventare leader di mercato nello specifico settore".