

Aumenta l'import di ortofrutta, fragole spagnole spacciate per italiane

Secondo i dati rilevati dall'Osservatorio dei Consumi Ortofrutticoli delle famiglie italiane, resi noti durante la conferenza stampa di presentazione di Macfrut, nel nostro Paese ogni famiglia ha consumato nel 2009 in media 10,3 kg di ortofrutta in meno dell'anno precedente.

In particolare, sono aumentate le famiglie che comprano frutta e verdura fresche ed ortaggi surgelati (+3,6% sul 2008), ma le quantità acquistate e la spesa annua procapite diminuiscono di oltre il 2%. Inoltre, poco più del 50,9% del valore degli acquisti di frutta fresca da parte delle famiglie è avvenuto nella moderna distribuzione (iper e supermercati), così come il 51,3% delle verdure, mentre la quota dei discount è salita al 7,7% in valore per la verdura fresca (dal 6,8% del 2008) e al 6,1% per la frutta.

Nel frattempo si registrano segnali preoccupanti. Su un sito di rilevanza internazionale è apparsa la notizia che l'inizio della stagione delle fragole in Italia vede apprezzato il nostro prodotto per gusto e consistenza, ma che alcuni operatori della Grande distribuzione acquistano solo merce spagnola (di qualità inferiore a quella nazionale), solo per dimostrare ai consumatori di avere i prezzi più bassi dei concorrenti.

E questo fenomeno, se collegato ad altre segnalazioni (ad esempio fragole spagnole spacciate per italiane) sanzionate dalla Polizia Locale di Padova, ci fa temere per l'andamento della campagna 2010 della frutta estiva, visto che i dati Istat 2009 degli scambi per i prodotti ortofrutticoli mostrano come siano aumentate le importazioni di ortofrutta (+9,4% in volume e +6,9% in valore) e siano al contempo diminuite le esportazioni (-7% in volume e -15,7% in valore).

Coldiretti richiama le istituzioni ad una maggiore attività di controllo del rispetto dell'etichettatura di origine dei prodotti ortofrutticoli, perché ai danni provocati al sistema economico nazionale da queste importazioni, non si aggiunga anche la beffa che vede come protagonista il consumatore, convinto di aver acquistato prodotti italiani.