

## **“Made in Italy”, qualità, tipicità, etichette più chiare e origine del prodotto, “doppio prezzo”, niente Ogm: ecco le scelte degli italiani per imbandire le tavole**

*Secondo un'indagine della Cia, 8 su dieci sono per il cibo nazionale, che lo ritengono più sicuro. Attenzione per Dop e Igp che, però, vengono considerate troppo care. Viene auspicata una netta riduzione dei vari passaggi di filiera in modo di ridurre i prezzi finali. Piace sempre di più il “bio”. Cresce la schiera di chi fa acquisti negli hard-discount perché più convenienti.*

Più di otto italiani su dieci (83 per cento) scelgono prodotti alimentari nazionali, soprattutto se tipici e tradizionali, il 78 per cento chiede un'etichetta più “trasparente” dove sia indicata la provenienza, il 68 per cento vuole cartellini dei prezzi al dettaglio più chiari e possibilmente con l'indicazione d'origine, in pratica il “doppio prezzo”, l'84 per cento vorrebbe meno passaggi dal campo alla tavola proprio per frenare la corsa dei prezzi, l'85 per cento esprime netta contrarietà per gli Ogm, mentre il 63 per cento ritiene che il biologico sia più sicuro, il 73 per cento preferisce pranzi e cene tra le mura domestiche, anche per le minori disponibilità economiche, in aumento la schiera di chi fa acquisti (10,9 per cento) presso gli hard-discount. Sono questi alcuni dei risultati di un'indagine sui nuovi orientamenti dei consumi alimentari nel nostro Paese anticipata nel corso della V Assemblea nazionale elettiva della Cia-Confederazione italiana agricoltori.

Il “made in Italy” è, quindi, il cibo più ricercato dai nostri connazionali. Le motivazioni di questa scelta -si evince dalle anticipazioni dell'indagine della Cia condotta sull'intero territorio nazionale attraverso le strutture provinciali e regionali e con l'ausilio delle rilevazioni Istat e Ismea- sono da ricercare sia nelle consolidate abitudini delle famiglie del nostro Paese sia nella certezza che i prodotti nostrani, oltre a rispondere alle caratteristiche di tipicità, tradizionalità e legame con il territorio, sono più sicuri di quelli d'importazione. Convinzione che si è andata sempre più rafforzando in questi ultimi anni anche in seguito alle sofisticazioni, adulterazioni e truffe relative a prodotti stranieri, in particolare quelli provenienti dalla Cina.

Un'altra motivazione che spinge ad acquistare “made in Italy” viene dal fatto che i nostri prodotti sono più convenienti di altri. Una caratteristica che si riscontra soprattutto nelle zone rurali e di campagna e meno nelle grandi città, dove, tuttavia, si registra una sempre maggiore propensione verso il prodotto italiano.

Molta attenzione da parte degli italiani (il 75 per cento del totale) è riservata anche nei confronti delle Dop (Denominazioni d'origine protetta), delle Igp (Indicazione geografica

protetta) e delle Stg (Specialità tradizionale garantita) che vengono considerate prodotti di grande qualità e sicurezza, ma troppo cari per le loro tasche.

D'altra parte, questi prodotti -come si rileva nell'indagine- vengono considerati un patrimonio formidabile del nostro Paese che, con 198 prodotti a marchio, conserva la leadership nella classifica europea, seguito dalla Francia con 167 denominazioni e dalla Spagna con 130.

Un orientamento alla qualità e alla tipicità che si riscontra anche nella scelta dei vini: il 65 per cento predilige quelli a denominazione. Comunque, sei su dieci si dichiarano disponibili a bere di meno e a spendere qualcosa di più per avere un prodotto con determinate caratteristiche. Un contesto nel quale scende, e di molto, la schiera di quei nostri connazionali (55 per cento) che sulle tavole portano vino sfuso.

L'attenzione verso i prodotti "bio" degli italiani è confermata dalla crescita dei consumi registrata negli ultimi anni. Solo nel 2008 si è avuto un aumento, in termini monetari, del 5,4 per cento rispetto l'anno precedente. Un trend positivo che è proseguito anche nel 2009 che dovrebbe registrare un incremento tra il 4 e il 5 per cento. Una scelta -si rileva nell'indagine Cia- che per il 58 per cento del totale dei "bio-appassionati" (63 per cento) viene motivata sia dalla sicurezza alimentare che dalla qualità del prodotto.

Dall'indagine emerge anche evidente l'attenzione che gli italiani hanno per l'etichetta che deve essere assolutamente trasparente. Se l'83 per cento dei nostri connazionali è favorevole all'indicazione d'origine del prodotto, il 72 per cento guarda, nel caso del trasformato, alle composizioni delle materie prime agricole. Il 65 per cento, invece, controlla la data di scadenza.

Consistente la percentuale di italiani che si è dichiarata nettamente contraria al cibo "biotech" che viene ritenuto dannoso alla salute dal 56 per cento, mentre il 78 per cento degli "anti-Ogm" ritiene che siano meno salutari di quelli tradizionali. L'82 per cento dichiara, invece, di non aver mai acquistato prodotti provenienti da manipolazioni genetiche.

Sotto accusa da parte degli italiani anche le filiere agroalimentari troppo lunghe e complesse che -si rileva nell'indagine Cia- sarebbero responsabili dei rincari dei prodotti. Oltre 8 nostri connazionali su dieci sono, quindi, per una riduzione drastica dei passaggi, che permetterebbe un contenimento dei costi e un freno a qualsiasi manovra di carattere speculativa.

Continua ad aumentare la percentuale di famiglie che acquistano generi alimentari (pane, pasta, carne, pesce, frutta) presso gli hard-discount (dall'8,6 per cento del 2006, al 9,7 per cento del 2007, al 10,9 per cento del 2008). Il supermercato -come si rivela anche nell'ultima indagine Istat sui consumi- rimane il luogo di acquisto prevalente (68,1 per cento, era il 67,8 per cento nel 2007), soprattutto nel Centro-Nord (superiore al 70 per cento), immediatamente segue il negozio tradizionale (63,7 per cento, era il 64,7 per cento) in particolare nel Mezzogiorno (76,2 per cento) e per l'acquisto di pane (59,4 per cento). Il 17,2 per cento delle famiglie acquista presso ipermercati, con punte del 22 per cento nel Nord, dove questa tipologia distributiva è più diffusa. Al mercato si reca circa il 22 per cento delle famiglie del Centro-nord (erano il 20 per cento nel 2007) contro il 33,1 per cento delle meridionali (erano il 31,4 per cento).