

Tengono Doc e biologico ma la crisi taglia il pane

ANTONIO
APRUZZESE

All'appuntamento di Coldiretti emerge un Paese segnato da consumi ridotti e nuove povertà. In aumento le frodi a tavola.
L'addio del presidente Marini

È stato il Forum del congedo per Sergio Marini, che dopo sette anni ha lasciato il vertice di Coldiretti, a cui ha ricordato la responsabilità "enorme" sugli impegni e le battaglie dell'organizzazione. «Tradire queste aspettative sarebbe alto tradimento», ha detto. Giochi aperti per la successione che sarà decisa nei prossimi mesi.

A Cernobbio il quadro dell'Italia alle prese con la congiuntura economica è stato quasi impietoso, senza tacere sulle molte rinunce che famiglie e imprese stanno sopportando: un'indagine sulla percezione della crisi e il *made in Italy* e un dossier sulle nuove povertà nel Belpaese (realizzate in collaborazione con l'istituto Ixè)

hanno costituito il pezzo forte dell'appuntamento sulla riva del lago di Como.

Per rappresentare questa difficile stagione è stato preso un prodotto simbolo della nostra dieta, il pane. Per la prima volta nel 2013 gli italiani hanno messo in tavola meno di una fetta di pane a pasto per persona: siamo al livello più basso dai tempi dell'Unità d'Italia. In 150 anni si è passati da 1,1 chili di pane *pro capite* a 98 grammi (una fettina pesa una cinquantina di grammi, in pratica una rosetta piccola). Complessivamente per pane, grissini e cracker le famiglie italiane - precisa la Coldiretti - hanno speso in media 30,15 euro, che si traduce in appena il 6,4% della spesa ali-

mentare per nucleo che è risultata di circa 468 euro al mese.

I segnali negativi che arrivano dal consumo di pane sono molteplici, anche a non volerli cercare: quattro italiani su dieci consumano quello del giorno prima, rinunciando alla calda e fresca pagnotta. Ancora: un 18% ormai è passato al pane congelato ma la cottura di impasti surgelati spesso importati dall'estero - sottolinea ancora Coldiretti - non presenta le necessarie garanzie qualitative. E il pane non sfugge neppure al fenomeno delle frodi alimentare (vedi la recente operazione dei Nas a Napoli) che ormai segnano incrementi record di valore per cibi e bevande. Lo studio "Il pane quotidiano nel tempo delle rinunce" è stato accompagnato anche da un'esposizione di tutti i pani tradizionali regione per regione.

I nostri connazionali vedono crisi ovunque. La perdita del lavoro, la sicurezza, il taglio alle spese superflue: la metà del campione interpellato ha inoltre "tradito" il negozio di fiducia. C'è però chi non cede al purchessia e, dunque, se un 47% degli italiani acquista merce *low cost* più frequentemente che in passato, ci sono tre italiani su quattro che continuano ad acquistare regolarmente o qualche volta prodotti a denominazione di origine e quasi la metà (45%) prodotti biologici.

In generale la grande maggioranza degli italiani (54%) considera



la produzione di cibo il vero motore dell'economia (con la moda, ma a distanza), con un aumento dell'8% rispetto allo scorso anno. Una sorta di biglietto da visita da spendere all'estero. «Una conferma della validità e della modernità del modello di sviluppo agricolo *made in Italy* che è fondato sulla valorizzazione dell'identità, della qualità, delle specificità e che può rappresentare un riferimento anche per gli altri settori per affrontare e vincere la competizione internazionale», ha affermato **Sergio Marini** nel sottolineare che dentro l'agricoltura non c'è ancora un reddito adeguato «ma c'è legittimamente quella visione di futuro e di prospettive e di fiducia che non c'è negli altri settori». C'è da valorizzare la risorsa costituita dai prodotti tipici a denominazione di origine riconosciuti (Dop/Igp: 254): non è un caso - sottolineano dalla

Confederazione - che quest'anno le esportazioni agroalimentari raggiungeranno il record storico di 34 miliardi (+7%) e le multinazionali straniere vengono in Italia per acquisire i nostri marchi più prestigiosi: infatti ha superato i 10 miliardi il valore dei *brand* storici del nostro agroalimentare passati in mani straniere dall'inizio della crisi

Un'altra nota positiva è rappresentata da quel 70% circa di imprese giovanili che opera a largo raggio in attività multifunzionali, impattando su nuovi stili di vita e sulle tendenze alimentari delle minoranze etniche. Da nord a sud la fantasia è andata al potere: in Sardegna, per conquistare gli immigrati, Antonio Salsi ha deciso di aprire alla produzione di salumi *kosher* e *halal* per le comunità ebraica e musulmana, utilizzando pregiate carni di pecora

e di capra. In Sicilia, invece, Andrea Passarsi non si è preoccupato del clima torrido: e così ha iniziato a coltivare i primi avocado *made in Italy*. Salendo per lo Stivale, in Toscana, Marco Mazzolini produce arachidi italiane: si dice che siano anche migliori di quelle in commercio e d'importazione. C'è poi chi ha sperimentato la prima coltivazione di funghi recuperando fondi di caffè: Daniele Gioia, in Basilicata, ha messo a frutto le sue conoscenze universitarie per trovare la giusta ricetta dopo varie sperimentazioni e analisi sensoriali. Elena Comodo, infine, nella sua fattoria sociale in Piemonte, ha realizzato nuovi percorsi che hanno permesso l'assunzione di ragazzi in situazione di grave svantaggio sociale, mettendo a disposizione spazi aziendali, campi e frutteti. L'agricoltura è anche questo. ■