



UNC
CONSUMATORI.IT

Le #cosedanoncredere del food

19 giugno 2015

Innovazione è la parola chiave del tavolo “food” di “Cose da non credere”. D’altra parte nel corso degli anni sono state introdotte numerose innovazioni che hanno radicalmente cambiato il modo di mangiare e condizionato i nostri stili di vita.

Pensiamo all’agricoltura e alla zootecnia intensiva che hanno sostituito le forme estensive e hanno comportato un enorme aumento della produttività per unità di superficie e una netta diminuzione dei costi fornendo abbondanza di cibo a basso costo; l’abbondanza di materie prime ha stimolato lo sviluppo dell’industria alimentare che nel corso degli anni è riuscita a mettere a disposizione dei consumatori prodotti tradizionali (formaggi, salumi, vini, prodotti da forno ecc) in quantità rilevanti ed a basso costo. Per la prima volta nella sua millenaria esistenza, l’uomo è riuscito a svincolare la fatica fisica dalla produzione di cibo; in altre parole stiamo vivendo nel giardino dell’Eden, dove l’introito calorico non è più legato al dispendio energetico. Però il nostro corredo metabolico è rimasto lo stesso di migliaia di anni fa e non è adatto al paradiso terrestre. Non c’è dubbio tuttavia che l’innovazione, la ricerca, lo sviluppo della tecnologia, il miglioramento dei sistemi distributivi ecc abbiano consentito a tutti noi una dieta migliore, certamente più ricca (e questo è il male) ma molto più varia, mettendoci a disposizione una vastissima varietà di prodotti indipendenti dalla stagionalità e dalle carestie

L’evoluzione dei sistemi di produzione alimentare è stata costantemente seguita dalle Autorità nazionali e comunitarie che hanno prodotto importanti leggi e Regolamenti a tutela della qualità e la sicurezza degli alimenti.

Proprio grazie a queste norme ed ai relativi controlli che sono stati imposti nelle fasi di produzione, trasformazione e distribuzione, si può affermare con certezza che al momento gli alimenti a nostra disposizione sono molto sicuri.

I processi innovativi sono però in continuo sviluppo e non sempre i cittadini ne sono consapevoli e si rendono conto dei vantaggi che possono ottenere dai processi tecnologici: ciò è evidente anche dai risultati delle survey che l’Unc ha diffuso nei giorni precedenti all’incontro.

Per quanto riguarda il ruolo dell’innovazione nel settore alimentare, infatti, la maggioranza delle risposte fa riferimento alla sicurezza degli alimenti, vale a dire qualcosa che è già esistente, mentre pochi pensano alla possibilità di poter disporre di ottimi

alimenti anche in periodi di bassa produttività.

Troviamo, dunque, il primo luogo comune di cui sono vittime i consumatori: gli alimenti “industriali” appaiono al consumatore meno sicuri di quelli “artigianali” o addirittura “del contadino”, dimenticando che i sistemi di controllo di questi ultimi non sempre sono del tutto adeguati.

Altro pregiudizio riguarda il “made in Italy”, giudicato migliore degli altri prodotti in commercio.

Parlando di innovazione non poteva mancare il riferimento agli OGM: i consumatori rivelano una notevole confusione, ma anche il desiderio di capire di cosa si tratta. Anche in questo caso il ruolo negativo dei media e di alcuni stakeholders appare evidente.

Passando poi alle scelte negli acquisti, le perplessità nei confronti delle innovazioni scompaiono e si cercano prodotti con etichettature chiare (ovviamente non presenti negli alimenti “del contadino”); si preferisce il produttore e il mercato, il Km 0 e il made in Italy, ma poi si va a fare la spesa presso la grande distribuzione. Altro rilievo è una certa diffidenza nei confronti dei messaggi pubblicitari.

Anche alla luce di quanto emerso dai dati della survey, gli esperti al tavolo hanno evidenziato l'importanza di investire in ricerca e sviluppo di nuove tecnologie non solo per una migliore produttività, ma anche per una più corretta e diretta informazione del consumatore ed una maggiore cultura alimentare. I nuovi mezzi di comunicazione attraverso il web stanno, infatti, cambiando il rapporto produttore/consumatore; il facile accesso all'informazione da parte del consumatore da una parte gli dà maggiori possibilità di scelte consapevoli, ma d'altro canto le troppe informazioni, spesso parziali e altrettanto spesso contraddittorie può disorientarlo.

Informazione, scelte consapevoli e cultura alimentare continuano anche quest'anno quindi ad essere al centro della discussione del tavolo food. Ne deriva che molto spesso non basta un'informazione chiara in etichetta, perché l'informazione senza la necessaria cultura non sempre permette al consumatore di fare scelte giuste.

Autore: Andrea Ghiselli e Agostino Macrì

Data: 19 Giugno 2015