

COLDIRETTI Ben 15 milioni di consumatori hanno acquistato prodotti locali biologici. Le bancarelle a km zero fruttano da sole 3 miliardi. E crescono le vendite di merce sfusa

La spesa 'green' vale 20 miliardi

Le produzioni Dop e Igp sono la fetta principale: fatturato di 13 miliardi

Dal biologico al chilometro zero, dai prodotti sfusi fino alle denominazioni di origine, vola la spesa "green" che raggiungerà complessivamente per la prima volta i 20 miliardi di fatturato nel 2014, in netta controtendenza al calo dei consumi alimentari che con la crisi in media sono crollati ai minimi da 33 anni. E' quanto emerge dal dossier della Coldiretti in occasione del "Sana 2014", il salone internazionale del biologico e del naturale a Bolognafiere. Se gli acquisti di prodotti biologici confezionati fanno registrare un incremento record del 17,3 per cento nei primi cinque mesi del 2014, quindici milioni di persone - sottolinea la Coldiretti - mettono nel carrello prodotti locali a chilometri zero che non devono percorrere lunghe distanze con mezzi di trasporto inquinanti, mentre solo per i prodotti a denominazione di origine (Dop/Igp) si stima una spesa di 13 miliardi di euro, nonostante le difficoltà economiche

La ricerca. Ben il 45 per cento di italiani mette cibi biologici nel carrello regolarmente o qualche volta secondo l'indagine Coldiretti/Ixè con un fatturato stimato pari a 3,5 miliardi per il 2014 ed a far registrare il maggior incremento delle vendite dei prodotti confezionati sono - precisa la Coldiretti - pasta, riso e sostituti del pane (+73 per cento), zucchero, caffè e tè (+37,2 per cento), biscotti, dolci e snack (+15,1 per cento). Aumenti più contenuti - continua la Coldiretti - si rilevano invece per gli ortofrutticoli freschi e trasformati (+11

per cento), le uova (+5,2 per cento), i lattiero-caseari (+3,2 per cento) e le bevande bio (+2,5 per cento). Una tendenza raccolta nelle campagne italiane con la superficie coltivata a biologico in Italia che è aumentata del 13 per cento nel 2013 ed ha raggiunto - rileva la Coldiretti - il record storico di 1,3 milioni di ettari grazie all'impegno di 45969 agricoltori.

Spesa a km zero. Molto positivo anche il bilancio della spesa a chilometri zero dal contadino nelle fattorie o nei mercati degli agricoltori con un fatturato complessivo stimato in oltre 3 miliardi di euro. Sono quasi diecimila le fattorie, botteghe e mercati che aderiscono alla rete promossa dalla Fondazione Campagna Amica della Coldiretti dove si trovano prodotti locali del territorio, messi in vendita direttamente dall'agricoltore nel rispetto di precise regole comportamentali e di un codice etico ambientale, sotto la verifica di un sistema di controllo di un ente terzo. I mercati degli agricoltori promuovono la conoscenza della stagionalità dei prodotti secondo la filosofia del km zero, con i cibi in vendita che non devono percorrere lunghe distanze, riducendo le emissioni in atmosfera dovute alla combustione di benzina e gasolio. Gli effetti - spiega la Coldiretti - si fanno sentire anche sugli sprechi che vengono ridotti per la maggiore freschezza della frutta e verdura in vendita che dura anche una settimana in più, non dovendo rimanere per tanto tempo in viaggio.

Prodotti sfusi. In questo contesto cresce anche in Italia l'acquisto di prodotti sfusi nel commercio al dettaglio dove si sta

estendendo sia nella vendita di prodotti alimentari come pasta, latte, legumi, frutta secca, caramelle e cioccolato ma anche tra i non alimentari come i detersivi. La punta dell'iceberg di questo fenomeno sono gli oltre mille dispenser di latte crudo diffusi dagli allevatori della Coldiretti in tutta la penisola che consentono di riutilizzare la bottiglia e combattere la moltiplicazione dei rifiuti e salvaguardare l'ambiente. L'agroalimentare, con oltre i 2/3 del totale, è il maggior responsabile della produzione di rifiuti da imballaggio, che si moltiplicano anche per effetto delle strategie di marketing che puntano molto sulle confezioni per favorire le vendite, e a causa della tendenza alla riduzione dei formati a favore dei single e delle famiglie sempre meno numerose.

A fare la parte del leone negli acquisti green degli italiani sono però senza dubbio i prodotti a denominazione di origine e a indicazione geografica (Dop/Igp) tutelati dall'Unione Europea sulla base di uno specifico disciplinare di produzione che garantisce il legame territoriale e contribuisce a mantenere le tradizioni e la biodiversità nelle zone di origine. L'Italia ha la leadership europea con 263 Dop/Igp riconosciuti che generano un fatturato vicino ai 13 miliardi di euro e riguardano specialità di nicchia, ma - conclude la Coldiretti - anche di largo consumo come i prosciutti di Parma e San Daniele e i formaggi Parmigiano Reggiano e Grana Padano che finiscono nel carrello di quasi la totalità degli italiani e che sono in questi giorni pesantemente colpiti dall'embargo della Russia scattato dopo il conflitto in Ucraina.





Banchetti per la Coldiretti per la campagna che incentiva i mercatini con vendita di prodotti a km zero