

MATURITA': CIA, OTTO ITALIANI SU DIECI CONTRO CIBO "BIOTECH"

22 Giugno 2011

ROMA - Otto italiani su dieci sono contro il cibo "biotech" soprattutto per un problema etico.

Quindi, "no" a coltivazioni e animali clonati che vengono ritenuti dannosi per la salute dal 55 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.

Questi alcuni dei dati più significativi contenuti in un'indagine della Confederazione italiana agricoltori (Cia), che ha anticipato in occasione degli esami di maturità dove una delle tracce dei temi, quella socio-economica, è relativa proprio al rapporto fra scienza e alimentazione ponendo l'interrogativo: "Siamo quello che mangiamo?".

In particolare, dopo gli ultimi allarmi alimentari (vedi il batterio killer), oltre il 90 per cento dei nostri connazionali - rileva la Cia - sono per un'alimentazione genuina e di qualità e nelle scelte prevale il prodotto "made in Italy" (91 per cento), specialmente se tipico e tradizionale.

Il 65 per cento ritiene che il biologico sia più sicuro, l'85 per cento è per un'etichetta chiara dove risulti soprattutto l'indicazione d'origine.

Il 75 per cento considera le Dop (Denominazioni d'origine protetta) e le Igp (Indicazione geografica protetta) prodotti di grande qualità e sicuri, ma troppo cari per le loro tasche.

Il 65 per cento sceglie vini a denominazione. Il "made in Italy" e', dunque, il prodotto piu' ricercato dai nostri connazionali.

Le motivazioni di questa scelta - si evince dalle anticipazioni dell'indagine della Cia - sono da ricercare sia nelle consolidate abitudini delle famiglie sia nella certezza che tali prodotti, oltre a rispondere alle caratteristiche di tipicità, tradizionalità e legame con il territorio, sono più sicuri di quelli d'importazione.

Convinzione rafforzata ultimamente dopo le recenti emergenze alimentari.

Un'altra motivazione che spinge a comprare "made in Italy" viene dal fatto che questi 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 per il prodotto italiano.