

## Consumi

# Tra bufale e Brunello l'alimentare rischia una crisi di credibilità

■ di GIAMPAOLO FABRIS

**C'**è un comparto del consumo, non ce ne sono molti altri per la verità, di cui gli italiani hanno potuto sempre compiacersi. Una sorta di territorio franco in cui giungevano solo attenuate le preoccupazioni economiche, in cui era possibile trovare facilmente soddisfazione ai propri bisogni persino ai più capricciosi: uno dei pochi settori di cui essere orgogliosi anche per i riconoscimenti a livello internazionale. Il settore alimentare ha potuto contare, almeno negli ultimi decenni, su questo privilegio: ormai definitivamente scomparsi i fantasmi di carestie o guerre, con una incidenza in costante diminuzione sul budget familiare, il cibo appariva costituire una isola felice.

È vero che le recenti e crescenti preoccupazioni per la linea, il look interferiscono pesantemente sul piacere del mangiare ma la diffusa consapevolezza che, comunque, il nostro mix alimentare sia salutare e corretto attutiva anche questa possibile fonte di disagio. Il junk food era considerato una caratteristica di altri Paesi. Ebbene un quadro tanto soddisfacente comincia adesso a manifestare vistose crepe e a rischiare di compromettere, anche nei grandi mercati globali, quei crediti che l'italian food ha sempre riscosso. In uno scenario internazionale dove si muovono spregiudicate e potenti lobby pronte a cogliere qualsiasi passo falso e che vede la competizione affollarsi di sempre nuovi Paesi.

*In poco tempo  
i casi di vino, olio  
e mozzarella  
incrinano  
uno dei nostri  
settori di punta*

L'inflazione in atto sta fortemente penalizzando il settore alimentare: lo scarico di responsabilità al proposito tra i diversi protagonisti della filiera non fornisce certo un gran bello spettacolo; il comodo capro espiatorio additato nella inquietante prospettiva globale della scarsità alimentare e del conseguente impennarsi dei prezzi non è apparso inoltre troppo convincente. Ma so-

no altri fenomeni a perturbare una relazione che si è sempre caratterizzata per un'elevata soddisfazione. Che sono esplosi quasi all'unisono colpendo alcune delle eccellenze del nostro Paese. Sorprende il complice silenzio dei tanti produttori onesti del settore. La mozzarella di bufala campana alla diossina forse ha avuto una immeritata (e forse interessata) cassa di risonanza per la concomitanza dei rifiuti a Napoli: in realtà è un attentato in progress perpetrato impunemente, non sappiamo da quanto tempo, verso uno dei gioielli del made in Italy. Che l'olio extravergine a prezzi (bassi) assolutamente improponibili in realtà mascherasse una truffa di proporzioni colossali lo si intuiva da tempo. Ma è in questi giorni che è venuto drammaticamente a galla: un colpevole inganno ai consumatori e un ulteriore attentato all'immagine di uno dei portabandiera del nostro sistema alimentare.

C'è da chiedersi, indipendentemente da queste emergenze, con quale latte vengano prodotte lo straripante numero di mozzarelle con la scritta 'bufala' presenti ormai in tutti gli esercizi; da quali Paesi provengano le olive dei tanti oli extravergini che si qualificano come italianissimi.

Infine, lo scandalo del vino su un duplice versante. L'adulterazione dei vini in Puglia che ha fatto riemergere i mai sopiti ricordi del metanolo - anche se questa volta, fortunatamente, senza le conseguenze drammatiche di allora - ma che ha scosso la fiducia dei consumatori per uno dei prodotti più vitali e simbolo stesso dell'italianità. La ripetuta infrazione del disciplinare da parte di alcune aziende che producono uno dei più prestigiosi (e costosi) protagonisti dell'enologia italiana: il Brunello di Montalcino. Un peccato che sarebbe gravissimo declassare come veniale perché compromette, al di là dei singoli brand coinvolti, l'immagine e la credibilità di tutto il corporate brand, tutta una product category e finisce per coinvolgere quei produttori che hanno invece tutte le carte in regola.

Un Paese singolare il nostro, che manifesta una masochista inclinazione a distruggere i suoi asset più qualificanti e, con questi, lo straordinario credito e fiducia che il consumatore italiano riconosceva all'intero comparto alimentare. Ma anche il diffuso goodwill verso l'italian food a livello internazionale. Una reputazione costruita salendo sul treno della storia ma che può venir compromessa nello spazio di un mattino.

