

Regione in etichetta per l'11% degli alimenti

Pubblicato: Mercoledì 12 Ottobre 2022



«Una via da seguire, anche il made in Varese rientra tra gli esempio virtuosi». Così Fernando Fiori, presidente della Coldiretti provinciale, a commento della tendenza che vede sempre più prodotti con la “carta di identità regionale” in etichetta, ovvero con l’indicazione del luogo di provenienza.

Il tutto è supportato dai fatti: nei supermercati e ipermercati cresce il giro d’affari dei prodotti alimentari e delle bevande sulle cui etichette è esplicitata la provenienza lombarda, arrivato a quasi 163 milioni di euro, in aumento del 3,8% in un anno. E’ quanto emerge dall’analisi della Coldiretti Lombardia sui dati dell’Osservatorio Immagino di GS1 Italy nel 2021.

«A livello nazionale – precisa la Coldiretti – le referenze, sulle cui etichette è esplicitata la provenienza da una specifica regione, sono arrivate a rappresentare ben l’11% dell’insieme dei prodotti alimentari e delle bevande in vendita. L’indicazione volontaria in etichetta dell’origine regionale evidenzia un profondo cambiamento nelle abitudini di consumo degli italiani che in tempo di pandemia e tensioni internazionali premiano negli acquisti le produzioni legate al territorio, anche per sostenere l’economia locale».

«Una tendenza confermata dal boom dei cibi a chilometri zero con quasi 4 italiani su 10 (37%) a caccia di prodotti locali, che risultano al primo posto della classifica sulle intenzioni di spesa per i prossimi mesi, secondo l’analisi Coldiretti sulla base del rapporto Coop 2022 che fotografa gli effetti sul carrello della spesa della difficilissima situazione internazionale, con l’inflazione su valori record e la crisi degli approvvigionamenti di gas».

«Oltre a garantire la maggiore freschezza dei prodotti e tagliare gli sprechi – spiega Coldiretti Varese – la filiera corta riduce anche i tempi di trasporto e, con essi, il consumo di carburanti e le emissioni in atmosfera, tagliando le intermediazioni con un rapporto diretto che avvantaggia dal punto di vista economico agricoltori e consumatori. Al secondo posto tra le intenzioni di acquisto degli italiani per i prossimi mesi ci sono peraltro i cibi 100% italiani, che precedono gli alimenti con packaging sostenibile e quelli che garantiscono il rispetto dell'ambiente, per un netto aumento complessivo della spesa green».

«Nel carrello sembrano, invece, destinati a calare i prodotti pronti, l'etnico, anche perché più energivoro a causa dei lunghi trasporti, e quelli premium a causa delle esigenze di risparmio per la riduzione del potere di acquisto. Strategie rese necessarie da un balzo dell'inflazione che – secondo una stima Coldiretti -, costerà nel 2022 alle famiglie italiane 650 euro in più soltanto per la spesa alimentare, a causa della guerra in Ucraina, che colpisce soprattutto le categorie più deboli che riservano una quota rilevante del proprio reddito all'alimentazione».

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it