



UN PRIMO inizio nel 2006, ministro dell'agricoltura Paolo De Castro, con l'introduzione nel Mc Burger del Parmigiano Reggiano Dop, poi il Mc Italy con l'allora Ministro Zaia, fino ad oggi, con la proposta di un programma annuale che prevede l'introduzione nei menu Mc Donald's di panini realizzati con prodotti italiani, oltre che frutta e insalate fresche con materie prime tutte made in Italy. E' il nuovo impegno della filiale italiana della Mc Donald's che conta 400 punti vendita e circa 600mila clienti giornalieri. In un contesto di crollo dei consumi alimentari e di serie difficoltà sui mercati internazionali per il nostro agroalimentare, questo "nuovo corso" del fast food italiano può essere significativo anche al di là dei numeri. In primo luogo perché introduce una nuova opportunità di vendita fino ad oggi preclusa. Il solo mercato locale non risolve e mai risolverà i problemi dell'agricoltura italiana. In secondo luogo permette di fare un salto in avanti anche a tutte quelle organizzazioni e consorzi che gestiscono le produzioni trovando un interlocutore come «McD» estremamente sensibile sul fronte controlli e tracciabilità. Un passo avanti che consentirà al-

L'INTERVENTO McDonald's tricolore Il «nuovo corso» del fast food con prodotti italiani

le imprese di innovarsi e di andare verso il nuovo mercato del food che è notevolmente mutato, garantendo quei valori della qualità italiana, come il territorio, la tradizione e la capacità manuale. Parallelamente a questo nuovo tipo di offerta è previsto un progetto di educazione alimentare che a partire dal 2011 la Fondazione Qualivita realizzerà gratuitamente nei punti vendita McD. Un programma complesso, rivolto essenzialmente ai giovani, che potrà in parte colmare le lacune del sistema scolastico e della famiglia in ambito alimentare e valorizzerà al meglio la nostra agricoltura di qualità. E' la prima volta e sarà importante aspettare per valutarne l'efficacia e capire se sarà una scelta capace di arricchire la conoscenza alimentare nei giovani. Sembra poco tutto questo, quasi non degno di cronaca; ma se penso che tutti incensano Marchionne che «americanizza» la Fiat, portando produzioni all'estero, cosa dovremmo scrivere di Roberto Masi, Ad di Mc Donald's che prova ad italianizzare l'impresa più made in USA che esista? In bocca a lupo!

mauro@maurorosati.it

