

La coscienza nel piatto: balzo dei cibi socialmente sostenibili

**PER L'OSSERVATORIO
NIELSEN IL GIRO
D'AFFARI DEI PRODOTTI
DEL COMMERCIO
EQUO E SOLIDALE
È CRESCIUTO DEL 5,6%**

IL CASO

Anche in ambito enogastronomico vale il detto "parlar di tutto per non parlar di niente": tanto nei supermercati quanto nei luoghi "gourmet", infatti, il consumatore deve mediamente fronteggiare un'overdose di bollini di qualità che spesso confondono le idee.

CENSIMENTO

Uno di particolare importanza è tuttavia il Corporate Social Responsibility, perciò è fondamentale quanto ha appena censito l'Osservatorio Immagino Nielsen: nonostante il prezzo mediamente più elevato, il giro d'affari dei prodotti CSR è cresciuto - da giugno 2016 a giugno 2017, cioè in tempi di perdurante crisi dei consumi - del 5,6%.

In effetti il marchio CSR è una grande famiglia sotto cui rientrano numerosi bollini da Green economy che garantiscono il rispetto per il mondo animale (Cruelty free e Dolphin safe), la presenza di un commercio equo e solidale (Fairtrade) e la sostenibilità ambientale (Sustainable cleaning, Ecocert, Ecolabel, UTZ, Friends of the sea, MSC) realizzabile anche attraverso la formazione dei contadini, come fa Lavazza col progetto Tierra in numerosi Paesi fra cui Colombia, Tanzania e Vietnam.

«La crescita dei consumi ha privilegiato i prodotti di qualità: a testimoniarlo sono i sempre più ampi spazi nei supermercati e il fatto che molte aziende anni

si stanno muovendo in questa direzione», ha confermato Francesca Fumagalli, direttrice Comunicazione Marketing di Iri, un'azienda che come Nielsen opera nel settore delle indagini di mercato. Secondo il censimento i principali consumatori CSR sono i giovani single e le coppie under 35 senza figli perché più in grado di riconoscerli rispetto ad altre certificazioni: «Non tutte le aziende che stanno dietro alle più classiche denominazioni agroalimentari che noi di Qualivita proteggiamo e valorizziamo - DOP, IGP e STG - seguono i dettami CSR, ma da tempo abbiamo iniziato una forte opera di sensibilizzazione», ha dichiarato il direttore generale, Mauro Rosati.

RISTORAZIONE

L'attenzione alla Corporate Social Responsibility è elevata anche nei ristoranti: uno dei premi speciali dato da Gambero rosso 2018 (Terra e Ambiente) è diretto ai ristoratori che utilizzano materie prime sostenibili, mentre Vinoforum e Birroforum, due celebri manifestazioni enogastronomiche romane, hanno creato degli spazi di "cucina intelligente" attenta a rifiuti e metodi di cottura non inquinanti. Care's, la manifestazione di gastronomia stellata in Alta Badia, aveva come slogan "Pensare in grande, pensare sostenibile", ma pure a Roma sono numerosi gli chef sensibili fra cui Heinz Beck de La Pergola e Fabio Ciervo de La Terrazza presso l'hotel Eden, mentre il ristorante Solo crudo è eco-sostenibile anche a livello di ambienti. Esiste poi Ciccio Vitiello, uno dei pizzaioli campani più talentuosi, che a Casa Vitiello ha messo in carta la pizza "Al mercato" (equo e solidale): gli ingredienti rispettano i dettami del Fairtrade, il fior di latte d'Agerola è Cruelty free.

Marco Lombardi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LO CHEF
Heinz Beck**
è stato
tra i primi
a promuovere
piatti
con ingredienti
eco e
socialmente
sostenibili