

# Piu' di otto italiani su dieci (81%) ritengono che in questa fase sia importante acquistare prodotti italiani



Piu' di otto italiani su dieci (81%) ritengono che in questa fase sia importante acquistare prodotti italiani per aiutare il lavoro e l'economia nazionale da difendere anche con il Golden Power per evitare le scalate ostili alle aziende strategiche come quelle alimentari. **E' quanto emerge da una analisi Coldiretti/Ixe' sull'estensione delle norme per tutelare e produzioni Made in Italy proposte dal Governo.** Da tutelare – sottolinea la Coldiretti – c'è il patrimonio agroalimentare nazionale dopo che ormai circa 3 marchi storici su 4 sono finiti in mani straniere e vengono spesso sfruttati per vendere prodotti che di italiano non hanno più nulla, dall'origine degli ingredienti allo stabilimento di produzione.

Si tratta di un'inversione di tendenza dopo che – sottolinea Coldiretti – negli ultimi decenni gli stranieri hanno acquisito quote di proprietà nei principali settori dell'agroalimentare italiano, dalla pasta all'olio, dagli spumanti ai gelati, dai salumi ai biscotti fino allo zucchero, così richiesto in questo momento, con oltre l'80% dei pacchi in vendita sugli scaffali che sono in mani straniere. Uno shopping senza freni che è stato peraltro accompagnato solo da sporadiche azioni dell'Italia all'estero dove spesso – denuncia la Coldiretti – sono stati frapposti ostacoli. Negli anni – rileva la Coldiretti – sono volati all'estero, tra l'altro, i marchi dell'olio **Bertolli, Carapelli, Sasso, Sagra**

e Filippo Berio, la pasta Buitoni e la pasta Del Verde, il latte e formaggi di Parmalat, Galbani, Invernizzi, Locatelli e delle Fattorie Scaldasole, i salumi Fiorucci, la birra Peroni, i gelati Grom, Antica gelateria del Corso e Algida, i cioccolatini Perugina e Pernigotti, lo spumante Gancia, l'Orzo Bimbo, i cracker Saiwa, le bibite San Pellegrino, i liquori Stock, le caramelle Sperlari ma anche Acetum spa, principale produttore italiano dell'Aceto Balsamico di Modena Igp e la Nuova Castelli che è il principale esportatore di Parmigiano Reggiano Dop.

“L'emergenza Coronavirus che ha ridotto gli scambi commerciali, per la chiusura delle frontiere e le difficoltà nei trasporti sta facendo emergere la consapevolezza sul valore strategico rappresentato dal cibo e dalle necessarie garanzie di qualità e sicurezza” afferma il Presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che in questo scenario “l'Italia, che è il Paese con più controlli e maggiore sostenibilità, ne potrà trarre certamente beneficio ma occorre invertire la tendenza del passato a sottovalutare il potenziale agricolo e alimentare nazionale”. La filiera alimentare continua ad operare con oltre 3 milioni di persone con un valore dai campi agli scaffali – sottolinea la Coldiretti – **pari a 538 miliardi di euro, il 25% del Pil**. Un sistema che – conclude la Coldiretti – poggia sull'agricoltura nazionale che si classifica al primo posto a livello comunitario per numero di imprese e valore aggiunto grazie ai primati produttivi, dal grano duro per la pasta al riso, dal vino alla gran parte dei prodotti ortofrutticoli ma anche per la leadership nei prodotti di qualità come salumi e formaggi.