

L'ORTOFRUTTA, TERZA EDIZIONE IL 23 GENNAIO IN TRENTINO [Leggi](#)

"NUTRITEVI DEI COLORI DELLA VITA", DE PONTI: "ALTRI TRE ANNI PER COMUNICARE LE PROPRIETÀ SALUTISTICHE DELL'ORTOFRUTTA"

 Inserito Venerdì, 23 gennaio, 2015 - 09:04

"Saranno altri tre anni pieni di colori". Questo l'augurio che Ambrogio De Ponti (nella foto di Andrea Felice), presidente di Unaproa, fa all'associazione che presiede e a tutto il settore dell'ortofrutta italiano. La campagna di promozione "Nutritevi dei colori della Vita" 2012-2014 si è conclusa in maniera soddisfacente e a Roma, presso il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, c'è stato il taglio del nastro per il prossimo triennio.



Infatti la Commissione Europea ha riconfermato - insieme allo Stato italiano - il finanziamento al progetto che, fino al 2017 continuerà a diffondere nel Paese la corretta cultura dell'alimentazione. I "vincitori" sono stati 27 - tre gli italiani - e quello di Unaproa è l'unico programma dedicato al settore ortofrutticolo. Dei risultati e degli obiettivi ne abbiamo parlato con il presidente De Ponti.

Quali sono stati gli obiettivi principali raggiunti dalla campagna "Nutritevi dei colori della Vita" in questi tre anni?

Ci siamo sforzati - in gran parte riuscendoci - di far comprendere l'importanza che il settore ortofrutticolo ha per la salute del Paese, quanta e quale ricaduta in termini di benessere può avere il consumo costante di frutta e verdura. Abbiamo investito nei classici canali media, abbiamo lavorato nelle scuole perché i bambini rimangono un target fondamentale, abbiamo lavorato accanto ai canali della grande distribuzione che hanno una responsabilità enorme nel far comprendere l'importanza del programma. Tantissimi punti vendita hanno rivitalizzato i locali con i colori della campagna. Penso al pranzo conclusivo, organizzato con alcuni istituti alberghieri, che hanno presentato cinque piatti, ciascuno di un colore, a soli cinque euro, facendo passare anche il messaggio che l'ortofrutta non è affatto cara.

L'applicazione di una campagna del genere può anche aumentare i fatturati dei punti vendita? Avete qualche dato in proposito?

Dì certo "Nutritevi dei colori della Vita" non è nata per far guadagnare di più, ma chi ha recepito in modo chiaro il messaggio, ha tratto benefici anche da quel punto di vista. Cito i supermercati Ali presenti nel Triveneto. Il loro fatturato nel settore è cresciuto del 12,50 per cento in concomitanza all'uso della campagna, a fronte di una media del due per cento in altri canali.

Eppure i consumi continuano a decrescere...

Purtroppo sì ed è un dato che ha una ricaduta negativa sulla salute dei consumatori e sul costo della spesa della sanità pubblica. Per questo motivo come Unaproa ci impegniamo per l'intero settore, anche per i non soci e in generale per i consumatori.

Cosa resta da fare e migliorare nel prossimo triennio della campagna?

Il paese target rimane sempre l'Italia ma l'esperienza accumulata sarà preziosa anche per azioni che vorremmo intraprendere in paesi terzi, quindi non solo nell'area europea. Poi il 2015 è l'anno dell'Expo: come Unaproa non saremo all'interno degli spazi fieristici per questioni economiche, ma saremo comunque presenti a Milano in una sorta di "fuoriExpo" che stiamo definendo. Per ora posso dirvi che la zona sarà quella dei Navigli e vedrà il coinvolgimento anche di settori come l'arte e il cinema.

Infine presidente, le chiedo un commento anche sull'annata 2014 appena conclusasi.

Direi, meno male! E' stata un'annata disastrosa, sia per i fattori climatici che conosciamo, sia per i problemi politici con ricadute economiche importanti come l'embargo russo. A risentirne è stata soprattutto la qualità dei prodotti italiani che, in caso di conflitti dettati da questioni economiche, ha la peggio su chi punta alla quantità.

Gran parte della mattinata dedicata alla presentazione del progetto presso il Mipaaf è vertita sull'importanza del settore ortofrutticolo per il benessere dei consumatori, come ha sottolineato anche De Ponti. Tra i relatori della conferenza, abbiamo ascoltato **Carlo La Vecchia, Capo del Dipartimento di Epidemiologia dell'Istituto di ricerche farmacologiche "Mario Negri" di Milano.**

Professore La Vecchia perché dovremmo consumare più frutta e verdura?

Un recentissimo studio EPIC (European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition) ha evidenziato come un elevato consumo di frutta e verdura, circa 600 grammi quotidiani, sia in grado di ridurre del 15% il rischio di malattie cardiovascolari, del 27% quello di malattie respiratorie e del 40% il rischio relativo a malattie dell'apparato digerente rispetto ad un consumo giornaliero di 250 grammi. L'Italia, che pure può dirsi un paese discreto consumatore, non supera la dose di 300 grammi al giorno. Da anni parliamo delle famose cinque portate al di, eppure il concetto fa fatica a passare.

Ma secondo lei da cosa dipende?

Non credo che la crisi economica abbia avuto una particolare ricaduta negativa. Piuttosto sono gli stili di vita che sono cambiati irrimediabilmente. Meno tempo vuol dire non dedicarsi alla pulizia delle verdure ad esempio (non a caso il consumo di queste rimane costante tra gli anziani), stesso discorso della frutta che prevede un consumo meno frugale del panino in pausa pranzo. E poi c'è il tema della spesa: i fabbisogni sono cambiati e si dà più valore a beni non alimentari.

A proposito di spesa, a causa delle malattie che lei prima citava, quella sanitaria risulta ancora più alta

In Italia la spesa sanitaria si aggira intorno ai 100 miliardi di euro. Le patologie che menzionavo hanno inciso per 7.5 miliardi di euro. Se si procedesse a un consumo maggiore di frutta e verdura e, di conseguenza a un'incidenza minore delle malattie, si potrebbe risparmiare un miliardo di euro all'anno, per le sole forme tumorali, ma in generale si potrebbe arrivare fino a 10 miliardi di euro in meno di spesa.

Esiste una "case history" europea che dimostri come l'uso di frutta e verdura abbia concretamente aiutato il benessere di una popolazione?

Il discorso riguarda un po' tutti i prodotti alla base della dieta mediterranea. La nostra grande forza - e penso proprio all'Italia - è l'esistenza di centinaia di cibi salutari che cambiano durante tutto l'anno, quindi freschezza, reperibilità, bontà. Ma pensiamo a come sono cambiate - e in meglio - le abitudini alimentari del Nord Europa proprio grazie all'arrivo di prodotti mediterranei, o come in Europa centrale, dopo la caduta del Muro, sia migliorata la salute delle persone grazie al consumo di cibi del nostro bacino. A metà degli anni 90 in Polonia, il numero di infarti calò della metà, grazie a un ridimensionamento dei grassi di origine animale nelle loro diete, a favore invece di più frutta e verdura che arrivava per la prima volta su quei mercati.

Francesca Ciancio