



home / In Primo Piano / Unaproa-Fipe, patto per arginare il crollo dei consumi di...



Giovedì 26 Gennaio 2017

IN PRIMO PIANO

Unaproa-Fipe, patto per arginare il crollo dei consumi di frutta nei ristoranti

Un protocollo d'intesa per promuovere e valorizzare frutta e verdura di qualità nei menù dei ristoranti, dove il consumo di questi prodotti, negli ultimi 15 anni, è calato dell'**11,9%**. Lo hanno siglato ieri al Mipaaf i massimi esponenti della **Fipe** (Federazione Italiana pubblici esercizi) e di **Unaproa** (Unione nazionale organizzazione produttori ortofrutticoli, agrumari e di frutta in guscio).

Oltre a impegnarsi in una importante campagna di **comunicazione** nei confronti del pubblico e negli esercizi commerciali dal suggestivo titolo **#NONSOLLEANANAS** per sottolineare l'importanza di un maggiore consumo di **frutta e verdure italiane e di stagione** anche nei **pasti consumati fuori casa**, l'accordo mira, in futuro, ad approntare **piattaforme** per l'approvvigionamento della ristorazione nazionale, creando appositi canali preferenziali per quest'ultime.

Come evidenziato dal vice presidente vicario della Fipe **Aldo Cursano**, si sta lavorando con Unaproa per attuare azioni pilota in regioni come **Lombardia, Toscana e Veneto** - dove il mercato appare più maturo - proprio per rendere concreta l'intesa siglata al Mipaaf ed offrire così contemporaneamente agli imprenditori della ristorazione italiana la possibilità di **valorizzare** la qualità dei **menù** presentati, al **consumatore** l'opportunità di trarre un maggiore beneficio da piatti più ricchi e bilanciati sotto il profilo nutrizionale e ad **agricoltori e trasformatori** una migliore collocazione economica del frutto del proprio lavoro. Un range d'azione di non indifferente portata, se si pensa che Fipe rappresenta più di **300mila aziende** fra ristoranti, bar, discoteche e stabilimenti balneari e conta quasi un milione di addetti.



Il tavolo dei relatori. In alto la firma tra Schiavelli di Unaproa (a sinistra) e Cursano di Fipe

La provocazione lanciata al mondo della ristorazione a non servire solo ananas ai clienti - come spiegato dal presidente di Unaproa, **Antonio Schiavelli** - rappresenta un costruttivo invito a coloro che ogni giorno inventano e preparano piatti che rendono l'Italia famosa nel mondo a diventare anche i primi **ambasciatori** del messaggio concernente l'importanza di un più consistente consumo di frutta e verdura per la salvaguardia della salute. Un modo efficace per stimolare il consumatore con proposte che, con molta probabilità, verranno poi riproposte anche in ambito familiare.

"E' necessario che i vari protagonisti della filiera passino da quell'ottica di competizione che li ha spesso sinora caratterizzati a quella di un vero e proprio coordinamento, introducendo quei fattori di valorizzazione in grado di ampliare il mercato e di offrire nuove marginalità di guadagno per tutti", ha commentato il capo del dipartimento del Mipaaf, **Luca Bianchi**, presente all'iniziativa.

"Considerato l'appel del made in Italy - ha aggiunto Bianchi - è fondamentale creare le condizioni per rendere le produzioni nazionali qualcosa di unico e facilmente riconoscibile agli acquirenti non solo per l'origine, ma anche per le qualità nutraceutiche e per l'eticità delle dinamiche produttive".





L'iniziativa presentata ieri si inserisce nel programma di informazione e promozione "Nutrivi dei colori della vita", promosso da Unapro e cofinanziato dall'Unione europea e dallo Stato italiano e sembra trovare terreno fertile fra gli habitués dei pasti fuori casa: da un sondaggio lanciato nei giorni scorsi tramite i canali social dall'Unione Nazionale dei Consumatori (Unc) per valutare il grado di soddisfazione sull'offerta di frutta e verdura nei ristoranti, infatti, è emerso che i clienti sperano in una più ampia scelta rispetto a quanto in genere viene loro proposto.

Quasi il 71% del campione ha indicato la maggiore presenza di frutta e verdura come possibile criterio di preferenza nella scelta del locale, mentre appena l'11% delle persone non si è dimostrata interessata ad un aumento della varietà proposta. Inoltre per il 47% degli intervistati, sarebbe estremamente interessante avere indicazioni chiare, magari attraverso una facile consultazione sul web, su quali locali della ristorazione siano in grado di offrire un assortimento più variegato di piatti con frutta e verdura, in quanto considerati elementi fondamentali della propria alimentazione quotidiana. Un ulteriore 40% riterrebbe poi utile avere in anticipo queste informazioni, mentre solo per 13 consumatori su 100 sarebbe un'indicazione irrilevante ai fini della scelta del locale.



Dal sondaggio, secondo il presidente dell'Unc, Massimo Dona, emerge che gli italiani sembrano quindi aver ben compreso l'importanza di un adeguato consumo di frutta e verdura nella dieta quotidiana, ma restano spesso delusi dall'offerta nei pubblici esercizi. Uno degli accorgimenti per aumentare il consumo di frutta potrebbe essere quello di presentarla sbucciata e tagliata (per il 61% del campione) tanto più che il 12% degli intervistati ha ammesso che spesso, pur attratto dall'idea di ordinaria, non lo fa proprio perché è troppo laborioso manipolarla.

Copyright 2017 Italefruit News

