

Il Mediterraneo culla del cibo Mezzogiorno leader alimentare

Vino, olio extra vergine d'oliva, pasta, ortofrutta e conserve di pomodoro sono stati i prodotti big che hanno consentito di raggiungere nel 2024 il record dell'export che ha sfiorato 70 miliardi

NUOVI OBIETTIVI

Anna Maria Capparelli

La geografia delle produzioni alimentari è cambiata e il baricentro si è spostato nel Mediterraneo. E in questa nuova visione, il Mezzogiorno assume un ruolo centrale perché è nelle regioni meridionali che si realizzano le principali eccellenze della dieta mediterranea. Cibo al centro dunque, ma proprio per questa posizione strategica che ha conquistato nel mondo oggi è ad altissimo rischio. Ha scatenato appetiti di super Paperoni che lo trattano come una commodity al pari delle materie prime rare e lo vogliono ricreare in provetta. Il cibo rischia così di alimentare insane guerre nel piatto.

IL LIBRO

Il tema è stato al centro di un dibattito in occasione della presentazione del libro «Il cibo a pezzi» scritto da Vincenzo Gesmundo, segretario generale della Coldiretti, Roberto Weber sondaggista e presidente di Ixè, Felice Adinolfi professore di Economia agraria all'Università di Bologna. «La minaccia ha spiegato Adinolfi è di allontanare cibo e comunità con l'idea che possa essere fatto in un luogo non luogo. Mentre grazie al cibo abbiamo costruito un mondo nuovo, tecnologie nuove». E il Mezzogiorno è la fotografia nitida dei risultati eccellenti raggiunti dall'agroalimentare in termini di produzione e di esportazione. Una serie di studi ha certificato lo slancio delle produzioni alimentari meridionali verso i mercati esteri. Dal vino all'olio extra vergine d'oliva, dalla pasta all'ortofrutta e alle conserve di pomodoro sono stati i big della dieta mediterranea che hanno consentito di raggiungere nel 2024 il record dell'export che ha sfiorato 70 miliardi. Anche la qualità ha fatto rotta al Sud dove c'è stato l'incremento maggiore della Dop Economy che vale oltre 20 miliardi.

LA SOSTENIBILITÀ

Il Meridione ha vinto, tra le altre, anche la sfida della sostenibilità superando il tetto di superfici investite a biologico sul totale che la Ue ha fissato al 25% nel 2030. Secondo gli ultimi dati di Ismea e del Ciheam di Bari l'incidenza della Sau bio ha raggiunto a livello nazionale il 19,8% con un aumento del 4,5% sull'anno precedente. A tirare la volata sono state le regioni del Sud con la Calabria al 36,3%, la Sicilia al 30,7%, la Puglia al 23,9% e la Campania al 20,4%. Con cinque anni di anticipo sulla tabella di marcia fissata da Bruxelles alcune regioni hanno superato il traguardo, altre sono vicinissime. Nel Sud si esprime al meglio quella nuova visione di agricoltura legata ai territori, alle comunità che svolge una funzione di carattere economico, ma anche sociale ed etico. E che costituisce un volano per il turismo, in particolare quello lento e delle radici che si sta imponendo come formula vincente. Un patrimonio dunque da preservare con cura, perché «il cibo e la libertà di accesso al cibo si intrecciano con il destino del pianeta. È cambiato il modo di fare agricoltura grazie soprattutto alla legge di Orientamento, fortemente voluta dalla Coldiretti, che ha modificato la fisionomia dell'agricoltore: non più fornitore di materia prima, ma produttore di cibo, con la capacità di vendere e raccontare le produzioni, i territori, la cultura, l'impatto sulla salute» ha spiegato Gesmundo.

LE BATTAGLIE

Cibo come elemento di riscatto, ma anche, secondo Adinolfi, «fondamentale per la tenuta della democrazia e il fatto che possa essere realizzato fuori dal controllo dei contadini e delle comunità ci preoccupa molto». Senza cibo sarebbe il vuoto. Ed è questo il motivo che ha alimentato le battaglie contro chi tenta di scippare l'identità del made in Italy, attraverso un codice doganale compiacente o con nuove offerte di prodotti ultra formulati e sintetici. Con una indagine che ha coinvolto 6.245 individui in 11 Paesi (dall'Europa al Sud America, dal Giappone all'Australia) Weber ha identificato due mondi caratterizzati dal un rapporto diverso

con l'alimentazione. Cibo come carburante nei Paesi anglosassoni e del Nord Europa e cibo come piacere e condivisione nell'area latina e mediterranea. Due posizioni da cui discendono comportamenti d'acquisto divergenti. A decretare il successo del Made in Italy a tavola è stato il mix di tradizione e innovazione che ha trovato nei cibi un tempo considerati poveri del Sud la sua vera ricchezza. Un'area dove la tavola ha mantenuto meglio di altre il senso della convivialità e della condivisione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA