

MalpensaNews

Coldiretti all'attacco della "finta carne": «Inganna i consumatori»

Damiano Franzetti · Tuesday, October 20th, 2020

Quella dizione – **“burger”** – **trae in inganno** facendo mettere nel carrello della spesa un prodotto che non è quello desiderato. Lo spiega la **Coldiretti provinciale** che sottolinea in una nota come un consumatore su dieci abbia commesso un **errore**, acquistando un cosiddetto **hamburger vegano** (o simili) invece della classica “svizzera” di carne.

I sondaggi condotti da Coldiretti Varese confermano quanto emerge da una analisi condotta a livello nazionale su dati Eurispes in riferimento al voto del parlamento europeo sull’abolizione del divieto di definire carne qualcosa che non arriva dal mondo animale, ma che **nasce invece da un mix di sostanze vegetali**, spezie, coloranti ed esaltatori di sapore. Senza una normativa più chiara c’è il rischio che i consumatori comprino prodotti realizzati con soia e spezie, legumi e succo di barbabietola denominati con termini che richiamano il mondo della carne, come “burger vegano” o “bistecca vegana”.

«Una strategia di comunicazione con la quale **si fa leva sulla notorietà e sulla tradizione delle denominazioni di maggior successo** della filiera tradizionale dell’allevamento italiano» spiega il presidente varesino di Coldiretti, Fernando Fiori «con il solo **scopo di attrarre l’attenzione dei consumatori**, rischiando di indurli a pensare che questi prodotti siano dei sostituti, per gusto e valori nutrizionali, della carne e dei prodotti a base di carne».

L’associazione dei produttori agricoli sottolinea l’importanza degli “originali” anche a livello storico: «La carne e i prodotti a base di carne fanno parte della dieta tradizionale dei nostri territori; le **ricette tramandate nei secoli appartengono al nostro patrimonio** gastronomico. Permettere a miscele di vegetali di utilizzare la denominazione di carne significa favorire prodotti ultra-trasformati con ingredienti frutto di procedimenti produttivi molto spinti dei quali, oltretutto, non si conosce nemmeno la provenienza della materia prima. **L’Unione Europea infatti importa ogni anno milioni di tonnellate di materia prima vegetale** da tutto il mondo. L’emergenza globale provocata dal coronavirus ha fatto emergere una consapevolezza diffusa sul valore strategico rappresentato dal cibo e sulle necessarie garanzie di qualità e sicurezza che **vanno tutelate anche dall’utilizzo di nomi o definizioni fuorvianti** in un momento così delicato per la vita delle famiglie e l’economia dell’Italia e dell’Europa».

Le principali organizzazioni agricole europee hanno lanciato la campagna **“Questa non è una bistecca”**: «Il marketing delle imitazioni può creare confusione sui valori nutritivi dei prodotti – evidenzia Fiori – per questo il dibattito sulla denominazione della carne non è un attacco ai prodotti

vegetali, ma è una **battaglia per la corretta informazione** al consumatore». La Corte di Giustizia europea – ricorda Coldiretti – si è già pronunciata in passato sul fatto che “i prodotti puramente vegetali non possono, in linea di principio, essere commercializzati con denominazioni, come *latte*, *crema di latte* o *panna*, *burro*, *formaggio* e *yogurt*, che il diritto dell’Unione riserva ai prodotti di origine animale” anche se “tali denominazioni siano completate da indicazioni esplicative o descrittive che indicano l’origine vegetale del prodotto in questione”. Con la sola eccezione del tradizionale latte di mandorla italiano.

This entry was posted on Tuesday, October 20th, 2020 at 2:53 pm and is filed under [Economia](#), [Lombardia](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.