

**Salvagno (Coldiretti Verona)**

## «Penalizza un prodotto esportato su tre, gravi danni all'economia»

L'annuncio dell'Onu di voler tassare olio d'oliva, Parmigiano reggiano, Grana, prosciutto e persino il vino, equiparandoli a cibi dannosi per la salute e scoraggiandone il consumo, colpisce oltre un prodotto agroalimentare Made in Italy esportato su tre, con effetti gravissimi sull'economia del Paese ma anche sulla salute dei cittadini.

È quanto stima la **Coldiretti** nel denunciare l'atteggiamento schizofrenico dell'Organizzazione delle Nazioni Unite che da una parte riconosce il valore della dieta mediterranea come la migliore, tanto da essere stata dichiarata nel 2010 Patrimonio dell'Umanità, ma dall'altra pensa di colpire gran parte degli alimenti che ne fanno parte. In gioco per l'Italia, oltre la salute dei cittadini, c'è la leadership in Europa nelle produzioni di qualità con 293 riconoscimenti di prodotti a denominazione (Dop/Igp).

Sulla scorta dei sistemi di etichetta a semaforo adottati in Gran Bretagna e Francia, l'Onu si prepara a penalizzare i prodotti che contengono zuccheri, grassi e sale, equiparandoli di fatto alle sigarette con l'inserimento di immagini choc sulle confezioni, mentre darebbe il via libera a tutti i prodotti dietetici e poveri di zuccheri delle multinazionali, come ad



**Daniele Salvagno**

esempio le bibite gassate ricche di aspartame. Una posizione priva di solide basi scientifiche che va contro gli stessi principi della dieta mediterranea fondata principalmente su pane, pasta, frutta, verdura, carne, olio extravergine e il tradizionale bicchiere di vino consumati a tavola in pasti regolari che ha consentito agli italiani di conquistare valori record nella longevità a livello mondiale, con una speranza di vita di 82,8 anni (85 per le donne e 80,6 per gli uomini).

«La posizione dell'Onu non si spiega in alcun modo», sottolinea Daniele Salvagno, presidente di **Coldiretti** Verona. «Così non si fa certo l'interesse dei cittadini, anzi, ci si prende gioco di loro portandoli a fare acquisti incauti e impulsivi basati sulla banalità di colori come il rosso e il verde».

Parole che trovano riscontro in importanti studi come Bloomberg Global Health Index, e British Medical Journal.

