L’Oms scagiona il caffè, ma gli allarmismi costano caro

caffe-espresso-del-bar1-8e571dbb

Dopo la carne, il caffè che viene assolto da pesanti accuse. Ma gli allarmismi veri e presunti a tavola sono costati al Made in Italy quasi 12 miliardi di euro negli ultimi 15 anni soprattutto per effetto del taglio degli acquisti provocato da psicosi ingiustificate. E’ quanto emerge da una analisi di Coldiretti a commento del parere dei circa 20 esperti internazionali che hanno elaborato lo studio dell’Iarc (l'agenzia dell'Oms per la ricerca sul cancro) che scagiona la tazzina di caffe dopo che nel 1991 era stata valutata possibilmente cancerogena (classificata come 2 b) per il cancro alla vescica.

L’inizio del secolo - riferisce Coldiretti - è stato segnato dall’emergenza “mucca pazza” del 2001, l’allarme che ha pesato di più sulla filiera alimentare con 2 miliardi di perdite subìte dal sistema della produzione, trasformazione e commercio della carne; a seguire l’allarme aviaria che si è riproposto anche nel 2005 con un calo dei consumi superiore il 60& nella fase più critica e danni valutabili complessivamente in quasi un miliardo di euro. Nel 2008 è stata invece la volta della carne alla diossina dall’estero, a seguito della contaminazione nei mangimi, e del latte alla melamina in Cina. Due anni più tardi (2010) - continua Coldiretti - è arrivata la mozzarella blu a spaventare i consumatori, mentre nell’estate del 2011 è comparso il batterio killer, che fece salire ingiustamente i cetrioli sul banco degli imputati e poi nel 2013 è stata la volta delle polpette di carne di cavallo spacciata per manzo.

L’esperienza di questi anni dimostra che la necessità di una informazione corretta e tempestiva non deve lasciare campo libero a campagne dai toni allarmistici e del tutto infondati che - sottolinea Coldiretti - hanno effetti dirompenti sui consumi, con danni irreparabili per le imprese. Una misura che si è dimostrata efficace in questi anni, dalla mucca pazza all’aviaria, è stata l’introduzione dell’obbligo di indicare in indicare in etichetta l’origine dei prodotti. Una misura che va estesa a tutti gli alimenti senza attendere che si verifichino emergenze. Ma - conclude Coldiretti - va anche tolto il segreto sui flussi commerciali con l’indicazione delle aziende che importano materie prime dall’estero per consentire interventi mirati.