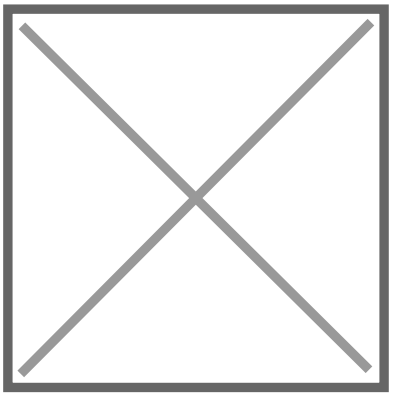

Olio di Palma e salute: una scelta responsabile,basata sulla scienza

Descrizione

Basta con il terrorismo e la disinformazione sui temi alimentari. Il **viceministro dellâ??agricoltura**, **Andrea Olivero**, attacca duramente la campagna contro lâ??olio di palma. Lo fa al convegno organizzato da Ferrero a Milano proprio per contrastare quella che Olivero ha definito â??la moda di demonizzareâ?• questo o quel componente dei prodotti alimentari. Il viceministro parla di â??campagne o organizzate per favorire questo o quel paeseâ?• ipotizzando di conseguenza lâ??esistenza di un vero e proprio complotto.
Nel 2050 il fabbisogno totale di grassi, elemento indispensabile per la nutrizione umana di cui lâ??olio di palma costituisce circa il 40% del mercato, sarÃ superiore alla produzione totale. Eppure, lâ??utilizzo di questâ??ultimo in Italia ha suscitato accesi dibattiti. Ã? possibile produrre un olio di palma sostenibile e di qualitÃ ? Quali le alternative? Questi i temi affrontati nel corso del convegno â??Olio *di Palma: una scelta responsabile basata sulla scienzaâ??*. Lâ??iniziativa Ã¨ stata promossa da Ferrero, azienda alimentare dalla consolidata esperienza nella selezione e lavorazione di olio di palma di qualitÃ .f_b52f14516f-1

Lâ??impegno Ferrero per la QualitÃ
Dal mese di settembre diversi produttori italiani hanno cominciato a inserire nei loro messaggi pubblicitari la dicitura â??senza olio di palmaâ?•. Nel suo spot per i 70 anni, lâ??azienda produttrice di Nutella ha deciso di andare contro corrente: â??Siamo in grado di produrre i nostri prodotti utilizzando lâ??olio di palma perchÃ© dal punto di vista della sostenibilitÃ ambientale il nostro olio Ã¨ migliore di quelli utilizzati dai concorrentiâ?•, dice **Alessandro dâ??Este**, **Presidente e Amministratore Delegato di Ferrero Commerciale Italia,** che ha amoche

nella vistii mbre0 43n tut407.9re contro corre.43n tut407.9re contro Td 1.778 Tw ive.4rsii prodotti utilizzando lâ??oless65

lâ??ambienteâ?•.

Peculiare anche la â??ricettaâ?? aziendale per un olio di palma di qualitÃ : â??La *qualitÃ del nostro olio di palma deriva dalla nostra capacitÃ di effettuare una raccolta accurata, da una spremitura dei frutti freschissimi e da processi e lavorazioni effettuate a temperature controllate e piÃ¹ basse possibili. Da anni abbiamo raggiunto livelli di contaminanti significativamente piÃ¹ bassi di quelli dellâ??olio di palma normalmente disponibile sul mercato, in linea a quelli presenti negli altri olii vegetali trattati correttamente. Il nostro olio di palma di qualitÃ Ã¨ giÃ compatibile con le nuove raccomandazioni dellâ??EFSA, che proprio per questo abbiamo accolto con favore, perchÃ© la salute e la sicurezza del consumatore deve essere una prioritÃ assoluta, in questo non accettiamo compromessiâ?•.*

Ambiente e sostenibilitÃ

Durante i lavori Ã¨ stata discussa la necessitÃ di lavorare per una maggior sostenibilitÃ del settore. Oggi Indonesia e Malesia rappresentano circa lâ??83% della produzione mondiale di palma. **Alain Rival,** Resident Regional Director for Southeast Asian Island Countries del centro studi francese **CIRAD,** ha spiegato che â??La *palma da olio rappresenta una delle risorse agricole piÃ¹ remunerative nelle regioni tropicali umide e la sua coltivazione ha profondamente trasformato gli stili di vita e lâ??ambiente di quelle regioni, favorendo nel contempo il loro sviluppo agricolo. Il settore sta vivendo un processo di intensificazione ecologica tale da cercare*

SocietÃ e consumi
Nel corso dellâ??incontro sono state richiamate le numerose recenti campagne basate sul â??marketing del senzaâ?•, che il prof. **Claudio Bosio,** Preside della FacoltÃ di Psicologia e Professore di Psicologia del marketing e dei consumi presso **lâ??UniversitÃ Cattolica** di Milano, spiega cosÃ¬: â??la *promessa â??senza olio di palmaâ?? sembra limitarsi ad una dichiarazione di fatto, ma sul piano pragmatico, tipico della comunicazione sociale, lâ??enfasi sul â??non contieneâ?? evoca e rafforza lâ??idea che lâ??ingrediente sia cattivoâ?•*.
Giovanni Fattore, Direttore del Dipartimento di Analisi delle Politiche e Management Pubblico e Ricercatore CERGAS (UniversitÃ Bocconi), ha proposto la sua lettura del fenomeno: â??Trovo *possibili due spiegazioni non alternative. La prima Ã¨ che i temi della salute alimentare e della sostenibilitÃ ambientale siano diventati unâ??arma impropria per lotte commerciali tra prodotti, aziende e persino paesi. La seconda spiegazione riguarda la diffidenza per un prodotto tipico dellâ??Africa prima e dellâ??Asia dopo. La sensazione che su questo olio sia presente una forma sottile di razzismo: perchÃ© coltivato in paesi a basso o medio reddito e perchÃ© Ã¨ sempre stato un prodotto dâ??importazione di successo in quanto estremamente efficiente da un punto di vista dellâ??impiego di risorse naturali e umane.â?•*
Al convegno si Ã¨ ovviamente difesa la scelta della Ferrero, che ha spiegato di utilizzare olio di palma mitigato e super mitigato.
Lâ??olio di palma Ã¨ stato presentato come un prodotto sicuro, e quindi gli allarmismi sulla salute dei consumatori sarebbero in gran parte ingiustificati.

Mariella Belloni

Data di creazione
01/11/2016
Autore
redazione1