

# Alimenti, i trucchi che fanno vendere

Valentina Silvestrini

PORDENONE

Cammino difficile in Europa per la legge regionale sull'uso delle sementi Ogm in Friuli.

Dario Bressanini, chimico e docente di Scienze Chimiche e Ambientali all'Università dell'Insubria, l'ha già bocciata ed è certo che non avrà vita lunga: «È una norma che prima o poi verrà annullata dalla Corte Europea, perché invece di normare la coesistenza tra agricoltura convenzionale e Ogm, di fatto impedisce l'uso semi transgenici» spiega Bressanini (ospite di trasmissioni come Il Gastronomo e Moebius su Radio24) che oggi alle 15.30 terrà una conferenza a Pordenone al Centro culturale Zanussi nell'ambito del ciclo di incontri "Affascinati dal Cervello" organizzato dall'Irse, durante il quale presenterà il suo ultimo libro "Le bugie nel carrello" (Chiarelettere).

Un incontro dedicato ad alcuni meccanismi dell'industria alimentare legati più al marketing che ad aspetti scientifici: «Come il mito del biologico, la cui presunta superiorità nutrizionale rispetto all'agricoltura

## A Pordenone Bressanini svela le bugie nel carrello

convenzionale è smentita dagli studi scientifici. Quello che può cambiare è il valore etico-ambientale; un principio per cui le persone non sono disposte a spendere di più. Lo fanno invece se è per salute personale e su questo gioca la comunicazione» spiega.

Un esempio su tutti, le uova: «Non c'è prova che dimostri che le uova di galline allevate a terra siano migliori di quelle degli animali in gabbia. Cambia però il profilo etico e ambientale» aggiunge il docente universitario. Non bisogna farsi ingannare dalla pubblicità soprattutto quando si fa la spesa: spesso i prodotti vengono pubblicizzati per ciò che non contengono, facendo leva su un meccanismo di paura, mettendo in evidenza l'assenza di qualche elemento nel cibo.

### MARKETING

Del kamut che è marchio registrato negli Usa all'esaltazione di elementi per far pensare a una cucina più sana



Basti pensare al "senza zuccheri aggiunti", frase che trae in inganno non significa non ce ne siano, prosegue il chimico. Poi c'è la strategia contraria, ovvero quella del prodotto che contiene «la sostanza magica: il selenio nelle patate, l'Omega3 nel pesce, il ferro o lo iodio. Tutti elementi che il martellamento televisivo ci fa associare al salutismo, che in realtà sono contenuti in dosi talmente irrisorie da non cambiare la nostra vita» prosegue Bressanini.

Senza parlare delle creazio-

ni più potenti del marketing legato all'alimentazione: come il kamut, parola che contraddistingue «un marchio, la Kamut International, non un cereale. È un parente stretto del grano duro che contiene glutammato, e da cui i celiaci dovrebbero stare ben lontani. È originario dell'Iran e nulla ha a che fare con gli egiziani; tutto il kamut che mangiamo arriva dal Montana, Stati Uniti, completamente sotto il controllo della Kamut International» precisa Bressanini.

© riproduzione riservata

IL GAZZETTINO

Giovedì 16 ottobre 2014

XXVII