

LA GIORNATA MONDIALE DEL LATTE

222

Gli stabilimenti di lavorazione del latte presenti in tutta la Lombardia

5.000

Le stalle in Lombardia Mille vendono direttamente le altre consegnano

580.000

Le vacche da latte presenti nelle stalle della Lombardia



Lorenzo Morelli



Luciano Negri



Guendalina Grafigna



Armanda Frassinetti



Filippo Pervittori



Federico Bassi

Fake news È lotta aperta

Comunicazione e alimentazione corrette: l'abbinata vincente per sconfiggere i falsi miti Le abitudini dei consumatori e il rapporto con l'infanzia: uno su quattro evita il lattosio

L'ASSESSORE REGIONALE

ROLFI GARANTISCE: «PER NOI LA VALORIZZAZIONE DI UN PRODOTTO DI QUALITÀ È UNA BATTAGLIA CAMPALE»



Fabio Rolfi
assessore regionale ad Agricoltura Alimentazione e Sistemi Verdi

«La battaglia principale è quella dell'informazione. Regione Lombardia sta combattendo in maniera decisa contro le fake news legate al latte e i suoi derivati. Il latte fa bene e ha proprietà nutritive importanti. Non possiamo permettere che alcuni media e alcune bufale che girano sul web facciano credere il contrario»: così si è espresso l'assessore regionale all'Agricoltura, Alimentazione e Sistemi Verdi, **Fabio Rolfi**, ieri mattina in apertura della giornata di studi su informazione, alimentazione corretta ed età pediatrica.

«Per noi è una battaglia campale quella della valorizzazione del nostro oro bianco e dei prodotti di qualità che ne derivano – prosegue l'assessore –. Stiamo imbastendo una massiccia campagna di comunicazione, partendo dalle scuole, per promuovere insieme a tutta la filiera le qualità del latte lombardo e favorire il consumo di questo prodotto centrale per il nostro sistema agro-zootecnico».

Tutea e valorizzazione del latte lombardo e delle sue caratteristiche: in questa direzione va l'impegno della Regione, nel segno di una attenzione che possa tutelare l'oro bianco di Lombardia. «Nel breve termine, in accordo con le associazioni agricole e con le aziende della trasformazione – annuncia Rolfi –, intendiamo stabilire un parametro di indicizzazione regionale del latte, tenendo conto degli andamenti e delle esigenze di mercato e delle caratteristiche qualitative».

di NICOLA ARRIGONI

■ Latte sì, non c'è dubbio. Ma i dubbi sorgono se a mettere in crisi l'opinione pubblica sono le fake news, che purtroppo valgono più di mille parole di esperti, tanto più se i consumatori sono disorientati. Ieri, in apertura delle iniziative della 'Giornata Mondiale del Latte', si è tenuto il convegno 'Informazione e corretta alimentazione nell'età pediatrica e adolescenziale', organizzato dalla **Federazione Internazionale del Latte** in collaborazione con l'Università Cattolica e la Fondazione Invernizzi. La giornata di studi era inserita nel programma della Festa del Latte, organizzata dalla Libera Associazione Agricoltori Cremonesi, dall'Anga e dal quotidiano La Provincia, una kermesse all'insegna di approfondimenti, promozione e musica.

Luciano Negri, presidente del comitato italiano FIL/IDF, in apertura del convegno su 'Informazione e corretta alimentazione nell'età pediatrica ed adolescenziale' ha spiegato che questo è il primo tassello di un percorso che in tre anni analizzerà il legame del latte e la sua importanza nell'alimentazione dei bambini, degli adulti e degli anziani. **Lorenzo Morelli**, responsabile accademico del Campus di santa Monica della Cattolica, ha evidenziato come oggi occuparsi di alimentazione voglia dire «studiare anche i comportamenti dei consumatori, capire come informare in maniera efficace per contrastare la facilità di contagio dato dalle false notizie».

A moderare il convegno è stato il giornalista **Federico Mereta**.

Nell'ambito della mattinata è stata presentata la ricerca della Cattolica 'Mamma che latte!', illustrata dalla docente di psicologia dei consumi, **Guendalina Grafigna**.

«Il 44% degli italiani intervistati beve tutti i giorni latte vaccino Uht e il 30% il latte vaccino fresco, in particolare le mamme con figli fino ai 13 anni. Nonostante ciò, regi-

striamo l'intenzione per il futuro di diminuire il consumo, rispettivamente del 5% per il primo e del 4% per il secondo, a favore del latte senza lattosio (più 6%) e di bevande alternative (più 9%) – ha spiegato –. Fra coloro che dichiarano di consumare prodotti senza lattosio (un 25% del totale) si scopre che solo un quarto (il 6%) lo consuma per la presenza di una intolleranza. I canali di riferimento per ricevere informazioni sono, rispettivamente, i siti web per il 50% degli italiani, seguiti dalla televisione (40%) e dai social network (32%). Il 14% degli intervistati ha dichiarato di aver creduto nell'ultimo anno a una notizia letta online che poi si è rivelata essere falsa».

E proprio per creare un'informazione corretta per l'utilizzo del latte in età pediatrica, **Armanda Frassinetti**, dietista dell'Ais di Milano e di Rete internazionale milanese mater-

no infantile, ha spiegato le caratteristiche di Nutripedia, un portale di informazione condivisa, volto a spiegare i vantaggi nutrizionali dell'uso del latte nell'infanzia e cercare di abbattere le fake news che spesso mettono in crisi le mamme.

Filippo Pervittori ha spiegato invece la genesi delle fake news sottolineando l'esigenza di un maggior appeal comunicativo nei confronti del latte. Assenti sono i giovani, un target che deve essere valorizzato con la salubrità insita nell'oro bianco.

Nel segno di una condivisione di saperi, **Federico Bassi** della Cattolica ha lanciato la piattaforma Latte Craft rivolta alle aziende e che l'ateneo vuole mettere a disposizione come luogo di condivisione di pratiche produttive e comunicative, nella convinzione che l'unione faccia la forza. Del latte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La tavola rotonda Sui veleni bianchi se ne dicono di tutti i colori

«Fondamentale l'informazione»



«Le ossa si rompono in seguito ad un trauma e non a una tazza di latte», ha ironizzato. Aggiungendo: «Il latte non ha alcuna influenza su colesterolo e non causa l'infarto, come invece si legge in molte fake news.

E se Ghiselli ha cercato di spiegare il troppo falso che circola in tema di latte, **Massimo Sumbresi**, Head of Doxa Marketind Advice, ha offerto una disamina del rapporto degli italiani con il latte, offrendo uno scenario della realtà ma anche di un pos-

Tre ragazze brindano con un bicchiere di latte durante la festa dedicata alla bevanda bianca ieri in centro (fotoservizio STUDIO B12)



sibile sviluppo. Sumbresi ha messo in evidenza come il gradimento del latte sia «inversamente proporzionale alla crescita dei ragazzi: ad un certo punto si smette di bere latte perché lo si considera un alimento dell'infanzia». Per questo il rappresentante di Doxa si è augurato che si dia vita a campagne di comunicazione che sappiano portare il latte alle nuove generazioni, magari puntando su salubrità e sport.

Il pubblico in sala della Consulta del Comune per il convegno Informazione e corretta alimentazione