

Pomodoro Pachino Igp nei menu McDonald's. "Accordo col diavolo? No, è marketing"

Da ottobre il pomodorino di Pachino Igp sbarcherà nei menù di McDonald's Italia. Non è il primo prodotto Dop o Igp che la catena di fast food abbina al suo marchio, basti pensare alla carne chianina o al parmigiano reggiano, giusto a titolo d'esempio. Eppure non manca, anche tra i produttori locali di pomodoro Igp di Pachino, chi storce il naso alla notizia della firma del protocollo con McDonald's Italia.

Sebastiano Fortunato è il presidente del Consorzio di tutela che raggruppa oltre 700 produttori. "Qualcuno scrive sui social che abbiamo fatto l'accordo con il diavolo? Mi sa che non conoscono i fatti...", taglia corto. "McDonald's Italia si è ampiamente riscattato dall'immagine tipica del fast food come cibo spazzatura. Da anni ha cambiato la sua filosofia, puntando in Italia sui prodotti Dop e Igp. Lo stesso ministro Lollobrigida ha raccontato di essersi ricreduto nell'ultimo decennio, vedendo come il player si stia ormai ponendo verso i prodotti tipici italiani", spiega Fortunato alla redazione di SiracusaOggi.it.

"Siamo consapevoli che l'acquisto di 250mila kg di pomodoro Igp Pachino non salverà la stagione dei produttori, a fronte di una produzione annua di circa 8 milioni di kg. Ma dobbiamo guardare il bicchiere mezzo pieno: avremo una comunicazione pubblicitaria senza precedenti, il marchio Igp Pachino si rilancerà in ottica nazionale attraverso gli oltre 700 punti vendita McDonald's. Si rafforza così il nostro marchio. Ed abbiamo bisogno di questo approccio per resistere sul mercato, dove le tensioni non mancano. Di sicuro, il pomodoro Pachino Igp non verrà acquistato ad una somma inferiore al costo di produzione. Ed anche questo è un dato da tenere presente", analizza.

L'accordo con Mcdonald's è per il Consorzio "un inizio", in un percorso da condurre anche con altri player dell'ortofrutta nazionale. "Abbiamo qualche trattativa in corso – rivela – speriamo di ripetere altri passaggi simili".