

L'alimentazione. Tra controlli di qualità, coscienza ecologica e ingredienti made in Swiss, il più globalizzato degli hamburger diventa svizzero

Il superpanino ormai è stato naturalizzato

Più di 4.600 tonnellate di manzo, oltre ventimila di patate, quasi quattromila di frumento per sfornare il classico pane "buns" e 2.650 di insalata. Un "menù" annuale, tutto rigorosamente made in Swiss, che ha trasformato il panino globalizzato per eccellenza, il Big Mac, in un prodotto nazionale. Insomma, l'hamburger più famoso del pianeta ha ottenuto la naturalizzazione rossocrociata.

Il colosso mondiale del fast food McDonald's non solo negli oltre vent'anni da quando è sbarcato nel Paese è diventato il "ristorante" più frequentato della Confederazione, ma tra controllo di qualità, sfoggio di coscienza ecologica, formazione, sponsorizzazione di giovani talenti sportivi svizzeri e attività benefiche sembra aver ottenuto lo status di "cittadino modello". E anche come datore di lavoro non scherza, visto che nel 2015 si è classificato tra i cinque migliori posti di lavoro del Paese nel ranking "Great Place To Work".

Tanto zelo deve aver insospettito i media romandi, al punto che Le Matin Dimanche ha ha passato al setaccio tutti i fornitori della catena di ristorazione. Macchè, niente da fare, fatta eccezione per il pollame delle "pepites" dorate di allevamenti francesi, salse e ketchup germanici e qualche altro ingrediente secondario, l'imprinting elvetico del gruppo alimentare ha passato l'esame a pieni voti. Persino l'imballaggio degli hamburger merita il passaporto rossocrociato (e pure la carta riciclata al 70%), come l'olio di colza per friggere le patatine!

"La cosa non deve sorprendere visto che i più intraprendenti nel difendere la 'svizzeritudine' sono proprio marchi come McDonald's, Lidl e Aldi che sono tutto meno che svizzeri - commenta il presidente della Camera di commercio ticinese Glauco Martinetti -. È una precisa strategia di marketing, ed è singolare che venga utilizzata per conquistare il mercato interno quando, di solito, si è pronti a fare carte false per sfoggiare il marchio 'made in Swiss' per sfondare nell'export".

Eppure tanta dedizione deve andare oltre l'ostinato desiderio di essere adottati da mamma Helvetia, non fosse altro per il profilo economico dello shopping di materie prime nazionali senz'altro poco vantaggioso, che a McDonald's è costato lo scorso anno qualcosa come 130 milioni di franchi solo per i prodotti alimentari acquistati in Svizzera. Più di dieci milioni al mese! "Sì, se ne sono fatti un punto d'orgoglio - aggiunge Martinetti che è pure Ceo di Rapelli, azienda leader nella gastronomia ticinese -. Ed è curioso, anche perché il Paese in realtà è uno dei più multietnici del Vecchio Continente e gli stranieri residenti rappresentano un quarto della popolazione. Se poi consideriamo che sono soprattutto i giovani i maggiori consumatori di fast food c'è da chiedersi quanto sia utile questa strategia.

A meno che non pensino di sfatare quell'antico sentimento di antiamericanismo che in certi Paesi, come la Francia ad esempio, era abbastanza sentito ma che in Svizzera non mi risulta sia mai esistito. Meno in Ticino".

Cosa che non ha impedito alla multinazionale dell'alimentazione di cercare persino un riconoscimento locale anziché globale. Per gli zurighesi, ad esempio, ha creato il Mc Zurich, con sminuzzato di vitello e rösti. E basta osservare le ultime pubblicità in Ticino per scoprire la dotazione dei pomodorini dell'orticoltura Oberti di Cadenazzo. Diabolico Mac, non solo si fa svizzero, ma pure a chilometro zero!

e.r.



LE SALSE E I CONDIMENTI

Il sale da cucina è assicurato dalla Schweizer Rheinsalinen, lo zucchero dalla Zuckermühle di Rapperswil (Ag), la maggior parte delle salse e del ketchup dei Mac è della germanica Develey. Le salse per insalata di Nestlé



IL FORMAGGIO

Le fettine di formaggio fondevole sono fornite dalla Hochland di Heimenkirch, in Germania, ma prodotti caseari sono delle svizzere Nestlé ed Emmi, che fornisce anche il formaggio naturale per la McRaclette

LE PATATINE

Le patatine fritte, fin dall'inizio, sono state prodotte con patate di coltivazione nazionale. La Frigemo di Cressier (NE) ne assicura circa 20 mila tonnellate all'anno. Svizzero anche l'olio di colza in cui vengono fritte (un terzo proviene da coltivazioni IP-Suisse) fornito in esclusiva da Florin di Muttenz (BI)



IL PANE

I cosiddetti "buns", i panini per i vari hamburger Mac, sono prodotti da oltre 25 anni dal panificio Fortisa di Zuchwil (SO). Nel 2013 sono state acquistate 3.780 tonnellate di frumento coltivato rigorosamente secondo le direttive di IP-Suisse



L'INSALATA

Ad eccezione dei mesi invernali (importata dalla Spagna) l'insalata proviene da coltivazioni in pieno campo direttamente dalla Svizzera. Il gruppo Eisberg di Dänikon (ZH) fornisce a McDonald's quasi 3.000 tonnellate di insalata all'anno



LA CARNE

Carne di manzo svizzera al 100% fornita dalla Bell di Oensingen (SO) che acquista, macella e prepara i tagli tritati senza additivi e con una tracciabilità fino all'allevamento per gli hamburger su una linea di produzione separata, utilizzata unicamente per McDonald's