

Prezzo del latte, successo per l'iniziativa "Stalle aperte"

Ha riscosso successo "Stalle aperte", l'iniziativa promossa dalla Coldiretti per sensibilizzare l'opinione pubblica sul problema del prezzo del latte, che si moltiplica del 281 per cento dalla produzione al consumo, mettendo a rischio il futuro degli allevamenti e gli acquisti degli italiani.

Le tante imprese agricole che hanno aderito, dalla Lombardia alla Puglia, vendendo il latte fresco a mezzo euro al litro, hanno così dato l'opportunità alle famiglie di conoscere gli animali, il tipo di alimentazione e le modalità di mungitura che garantiscono la qualità e la genuinità del latte italiano che ogni giorno arriva sulle tavole e dal quale dipende la salute dei cittadini.

Grazie a speciali distributori automatici è infatti disponibile latte crudo appena munto che con le massime garanzie dal punto di vista sanitario mantiene integre le proprietà e il sapore del latte.

Negli ultimi venti anni sono scomparsi i tre quarti degli allevamenti italiani che si sono ridotti da oltre 180mila a poco più dei 45mila attualmente in attività con circa 1,8 milioni di mucche che garantiscono una produzione di latte di 10 miliardi di chili ad alta qualità e costi competitivi.

L'iniziativa "stalle aperte" della Coldiretti vuole salvare dunque dall'estinzione il latte italiano che viene prodotto dagli allevatori ad un prezzo (in Lombardia dove si produce il 40 per cento del latte italiano) di 0,42 euro al litro che moltiplica di quasi quattro volte (+281 per cento) prima di arrivare sul banco del negozio a 1,6 euro al litro. Nonostante ciò, agli allevatori della Lombardia viene oggi proposto un insostenibile taglio dei compensi alla stalla, che va in tutti i modi combattuto e respinto.

Secondo la Coldiretti nella insostenibile forbice tra prezzi alla produzione e al consumo c'è, infatti, sufficiente margine per garantire una adeguata remunerazione agli allevatori e per non aggravare i bilanci delle famiglie.

Nonostante i forti aumenti di costi per mangimi ed energia, gli allevatori italiani sono pronti a bloccare il prezzo di vendita del latte alla stalla ai livelli attuali per contenere con responsabilità la spirale inflattiva se un analogo impegno sarà assunto anche da industria e distribuzione.

Accanto ad una più giusta distribuzione del valore all'interno della filiera latte e alla richiesta di rispetto delle regole, per evitare speculazioni a danno degli allevatori e dei consumatori, la Coldiretti chiede anche di estendere l'obbligo di indicare la provenienza del latte impiegato in tutti i prodotti derivati per evitare che sia spacciato come Made in Italy quello munto da mucche, tedesche, austriache o polacche.

Nel 2006 in Italia sono stati oltre 2 miliardi i chili di latte e crema di latte importati dall'estero, per essere spesso «confusi» come Made in Italy in formaggi e latticini venduti con marchi italiani. Un inganno intollerabile che danneggia gli allevatori ed i consumatori che deve essere fermato con

fiodilatte ai formaggi, dagli yogurth al latte a lunga conservazione.

Un obiettivo già raggiunto per il latte fresco con l'introduzione il 7 giugno 2005 dell'obbligo di etichettatura di origine fortemente sostenuto dalla Coldiretti. In Italia vengono consumati circa in media per persona all'anno 55 chili di latte alimentare, 23 chili di formaggio, 2,8 chili di burro e 7,4 chili di yogurt.