

Fusione Kraft-Unilever, multinazionali sempre più padrone del cibo

Con la fusione si concentra ancora di più il potere delle dieci multinazionali del cibo nel pianeta che attraverso 500 marchi controllano il 70 per cento del mercato alimentare, con pesanti effetti sui rapporti contrattuali con il settore agricolo frammentato in 570 milioni di aziende agricole nel mondo.

E' quanto afferma la Coldiretti nel commentare l'offerta di fusione fatta dalla Kraft all'Unilever che coinvolge importanti attività anche in Italia. La proposta per l'unione dei due gruppi per creare una società leader nei beni di consumo è stata per ora rifiutata, ma le trattative vanno avanti. In caso di fusione nascerebbe un colosso da più di 240 miliardi di dollari. Unilever, in volata in Borsa con le nozze, ha una capitalizzazione di mercato da 136,4 miliardi di dollari. Kraft Heinz, che avanza decisa a Wall Street, vale 112 miliardi di dollari.

Le grandi multinazionali del cibo sono in grado di condizionare non solo i mercati ma anche le politiche di sicurezza alimentare e ambientale dei governi nei diversi continenti con effetti anche sulla salute dei cittadini. Una tendenza che favorisce anche l'omologazione e la standardizzazione dell'offerta alimentare a livello globale con la perdita di biodiversità che va contrastata anche con lo sviluppo di modelli di consumo alternativi.

Con questo obiettivo è nata e si è sviluppata in Italia grazie alla Fondazione Campagna Amica la più grande rete mondiale di vendita diretta a chilometri zero degli agricoltori sotto un unico marchio, alla quale fa capo una rete di 20mila imprese agricole composta da 9030 fattorie, 1135 mercati, e 171 botteghe, cui si aggiungono 485 ristoranti, 211 orti urbani e 34 punti di street food, dove arrivano prodotti coltivati su circa 200mila ettari di terreno.