

Agroalimentare, in un anno marchi storici per 5 miliardi finiti in mani straniere

Sono passati in mani straniere marchi storici dell'agroalimentare italiano per un fatturato di oltre 5 miliardi di euro nell'ultimo anno, anche per effetto della crisi che ha reso più facili le operazioni di acquisizione nel nostro Paese. E' l'allarme lanciato dal presidente della Coldiretti Sergio Marini in occasione dell'inaugurazione della Fieragricola di Verona, dove è stato allestito "lo scaffale del Made in Italy che non c'è più".

Ad essere presi di mira sono soprattutto i prodotti simbolo dell'Italia e della dieta mediterranea, dall'olio al vino fino alle conserve di pomodoro. "Nello spazio di dodici mesi - sottolinea Marini - sono stati ceduti all'estero tre pezzi importanti del Made in Italy alimentare che sta diventando un appetibile terra di conquista per gli stranieri con la tutela dei marchi nazionali che è diventata una priorità per il Paese, da attuare anche con una apposita task force.

Si è iniziato con l'importare materie prime dall'estero per produrre prodotti tricolori. Poi si è passati ad acquisire direttamente marchi storici e il prossimo passo rischia di essere la chiusura degli stabilimenti italiani per trasferirli all'estero. Un processo - continua il presidente di Coldiretti - favorito dalla crisi di fronte al quale occorre accelerare nella costruzione di una filiera agricola tutta italiana che veda direttamente protagonisti gli agricoltori per garantire quel legame con il territorio che ha consentito ai grandi marchi di raggiungere traguardi prestigiosi". E

d è per questo che all'interno della Fieragricola la Coldiretti ha aperto la Bottega di Campagna Amica che si affianca alla grande distribuzione e ai negozi di prossimità e che va ad integrare la rete già attiva delle oltre cinquemila aziende agricole trasformate in punti vendita e dei mille mercati degli agricoltori già presenti su tutto il territorio nazionale. Si tratta della prima catena di vendita diretta organizzata degli agricoltori italiani che offre esclusivamente Made in Italy garantito dalla Fondazione Campagna Amica

L'ultimo "pezzo da novanta" del Made in Italy a tavola a passare in mani straniere è stata la Ar Pelati, acquisita dalla società Princes controllata dalla Giapponese Mitsubishi. Poche settimane prima era toccato alla Gancia, casa storica per la produzione di spumante, essere acquistata dall'oligarca Rustam Tariko, proprietario della banca e della vodka Russki Standard.

La francese Lactalis è stata, invece protagonista dell'operazione che ha portato la Parmalat finire sotto controllo transalpino. Ma andando indietro negli anni non mancano altri casi importanti, dalla Bertolli, acquisita nel 2008 dal gruppo spagnolo SOS, alla Galbani, anche questa entrata in orbita Lactalis, nel 2006. Lo stesso anno gli spagnoli hanno messo le mani pure sulla Carapelli, dopo aver incamerato anche la Sasso appena dodici mesi prima.

Nel 2005 la francese Andros aveva acquisito le Fattorie Scaldasole, che in realtà parlavano straniero già dal 1985, con la vendita alla Heinz. Nel 2003 hanno cambiato bandiera anche la

della Kraft e ora finita alla Lactalis. Negli anni Novanta erano state Locatelli e San Pellegrino ad entrare nel gruppo Nestlè, anche se poi la prima era stata “girata” alla solita Lactalis (1998). La stessa Nestlè possedeva già dal 1995 il marchio Antica gelateria del corso e addirittura dal 1988 la Buitoni e la Perugina.

Secondo uno studio Coldiretti/Eurispes, il risultato è stato che oggi circa un terzo (33 per cento) della produzione complessiva dei prodotti agroalimentari venduti in Italia ed esportati deriva da materie prime agricole straniere, trasformate e vendute con il marchio Made in Italy, per un fatturato stimato in 51 miliardi. Da qui la necessità di applicare con trasparenza la legge nazionale sull'obbligo di indicare la provenienza in etichetta su tutti gli alimenti approvata dal Parlamento all'unanimità lo scorso anno.