

Marini: "Serve un nuovo patto di filiera"

“Per ogni euro speso dai consumatori per l'acquisto di alimenti oltre la metà (il 60 per cento) va alla distribuzione commerciale, il 23 per cento all'industria di trasformazione e solo il 17 per cento per remunerare il prodotto agricolo”.

A ricordarlo è stato il presidente della Coldiretti Sergio Marini nell'esprimere il suo apprezzamento per l'avvio dell'indagine da parte dell'autorità della concorrenza e del mercato nei confronti della grande distribuzione che “è il nuovo potere forte della filiera agroalimentare nei confronti dei consumatori e degli agricoltori”. “Non si deve naturalmente generalizzare ma - sottolinea Marini - non sfugge a nessuno che in molti casi la grande distribuzione commerciale impone il suo potere contrattuale per concludere contratti che danneggiano gravemente gli agricoltori”.

Compensi inadeguati, termini di pagamento eccessivi, vendite sottocosto a carico dei fornitori, contributi ingiustificati alle spese pubblicitarie e insistenza sulla fornitura esclusiva non consente in molti casi agli agricoltori di coprire i costi di produzione ed è quindi necessario secondo Coldiretti un intervento nei confronti di un comportamento commerciale lesivo della concorrenza lungo la catena di approvvigionamento alimentare.

L'iniziativa dell'antitrust è coerente con quella attuata dal Parlamento Europeo che lo scorso settembre ha denunciato comportamenti oligopolisti e sostenuto la necessità di combattere i ‘comportamenti collusivi e di cartello’ con la proposta di introdurre l'obbligo per i maggiori commercianti, trasformatori, grossisti e distributori europei di presentare una relazione annuale sulle loro quote di mercato (comprendenti di informazioni sui marchi privati), con dati sull'evoluzione dei volumi di vendita mensili. Una situazione che riguarda direttamente l'Italia con i primi dieci gruppi che detengono il 72,1 per cento del mercato.

Occorre intervenire per cambiare le regole del gioco a cominciare dalle due grandi ingiustizie di cui è vittima il settore agricolo: da una parte il furto di identità e di immagine che vede sfacciatamente immesso in commercio come italiano cibo proveniente da chissà quale parte del mondo in forma ingannevole per i consumatori e dall'altra parte, il furto di valore che vede sottopagati i prodotti agricoli.

Gli inganni del finto Made in Italy sugli scaffali riguardano due prosciutti su tre venduti come italiani, ma provenienti da maiali allevati all'estero, ma anche tre cartoni di latte a lunga conservazione su quattro che sono stranieri senza indicazione in etichetta, oltre un terzo della pasta ottenuta da grano che non è stato coltivato in Italia all'insaputa dei consumatori, e la metà delle mozzarelle non a denominazione di origine che sono fatte con latte o addirittura cagliate straniere. Garantire una maggiore presenza di prodotti veramente italiani non è solo un contributo alla libertà di scelta dei consumatori ma rappresenta anche un contributo all'integrazione delle aree commerciali con il tessuto economico, produttivo e culturale.

Le inefficienze della grande distribuzione si rivelano anche nella perdita di valore lungo la filiera

delle distorsioni e delle speculazioni. Il risultato è che la spesa in Italia è più cara rispetto alla media europea secondo lo studio dell'Eurostat dal quale emerge che per riempire il paniere della spesa in Italia costa l'8 per cento in più di quello che spendono in media i consumatori nell'Ue nel 2009.

Allo strapotere contrattuale dei nuovi forti dell'agroalimentare la Coldiretti è però impegnata a reagire direttamente con il progetto operativo per una "Filiera agricola tutta italiana" che ha come obiettivo di sostenere il reddito degli agricoltori eliminando le distorsioni e tagliando le intermediazioni con l'offerta attraverso la rete di consorzi agrari, cooperative, farmers market, agriturismi e imprese agricole di prodotti alimentari al cento per cento italiani firmati dagli agricoltori al giusto prezzo.