

Coldiretti, al via ventimila punti vendita firmati dagli agricoltori

Al via la rete di ventimila mercati degli agricoltori firmati “campagna amica” dove acquistare direttamente prodotti provenienti dagli allevamenti e dalle coltivazioni italiane per combattere la moltiplicazione dei prezzi dal campo alla tavola, garantire la sicurezza a tavola e smascherare il finto Made in Italy.

Lo ha annunciato il presidente della Coldiretti Sergio Marini alla Convention “Stop a inganni e speculazioni. Nasce la filiera agricola tutta italiana” con quindicimila agricoltori nel corso della quale il “piano spesa sicura” per portare “il vero Made in Italy sulle tavole al giusto prezzo” è stato presentato al Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi, al Ministro dello Sviluppo Economico Claudio Scajola e al Ministro per le Politiche Agricole Luca Zaia, che hanno portato il loro contributo alla Convention.

Il prodotto agricolo “cento per cento italiano” firmato dagli agricoltori sarà offerto - ha spiegato Marini - attraverso la più estesa rete commerciale nazionale che coinvolge duemila mercati di campagna amica e duemila punti di vendita delle cooperative, mille dei consorzi agrari, cinquemila agriturismi e diecimila aziende agricole, ma coinvolgerà anche la rete della ristorazione a chilometri zero e la distribuzione che intenderà partecipare. Saranno coinvolti - ha precisato Marini - le piccole e le grandi città con l'obiettivo di dare l'opportunità a tutti i consumatori di acquistare i prodotti dell'agricoltura italiana con il miglior rapporto prezzi/qualità.

A parità di qualità, nei punti vendita convenzionati della rete di “campagna amica” i prezzi sono inferiori di almeno il 30 per cento, sulla base di un accordo con le associazioni dei consumatori. Un impegno per combattere le inefficienze e le speculazioni che nel 2008 - ha continuato Marini - sono costate alle tasche degli italiani 4 miliardi di euro con l'aumento dei prezzi per i prodotti alimentari che è stato in media del 5,4 per cento superiore al 3,3 per cento dell'inflazione generale, con un differenziale del 2,1 per cento che tende ad allargarsi nel 2009 (2,2 per cento a gennaio) nonostante il forte calo dei prezzi delle materie prime agricole.

All'attuazione del progetto presentato da Coldiretti prenderanno parte diversi attori. Le imprese agricole innanzitutto, “il cui obiettivo - ha sottolineato Marini - è quello di far aumentare quei 17 centesimi che oggi finiscono nelle loro tasche su un euro di spesa, senza gravare sulle tasche del consumatore”.

Ma ci saranno anche le cooperative, che costituiscono un mezzo fondamentale per superare i limiti dimensionali che caratterizzano le aziende agricole, aggregando l'offerta di prodotto italiano di qualità. “Oggi alcune di esse scontano - ha messo evidenza il presidente della Coldiretti - le conseguenze negative di scelte organizzative sbagliate compiute in passato puntando sull'omologazione in nome di un approccio orientato più su politiche di prezzo che di vera valorizzazione dei conferimenti dei soci: per questo hanno bisogno di una nuova attenzione per

Un nodo operativo fondamentale del progetto saranno i Consorzi Agrari che faranno diventare le oltre 1200 agenzie una grande “piattaforma logistica infrastrutturale per il prodotto italiano firmato dagli agricoltori ottimizzando l’approvvigionamento di mezzi tecnici, fornendo servizi materiali e immateriali, da quelli commerciali a quelli finanziari a carattere creditizio e assicurativo”, agendo come “costitutori diretti della filiera italiana firmata soprattutto per quelle produzioni che necessitano di importanti processi di aggregazione dell’offerta”. Si inizia da subito mettendo in rete gli oltre 36 milioni di quintali di cereali di cui i Consorzi Agrari dispongono.

I Mercati di Campagna Amica, infine - ha rilevato Marini - sono “strumenti per collocare direttamente sul mercato i prodotti della filiera agricola italiana, il cui ruolo principale è soprattutto quello di comunicazione e di informazione ai consumatori dei valori distintivi ed esclusivi dei prodotti della filiera italiana firmata, prodotti che potranno trovare spazio nei canali distributivi tradizionali in Italia e all’estero”. Oggi i mercati degli agricoltori sono circa 200, ma Coldiretti punta a realizzarne 2 mila in tutto il Paese entro i prossimi due anni.

L’effetto della riduzione dei passaggi e delle intermediazioni con un rapporto più diretto tra agricoltori e consumatori - ha sostenuto Marini - garantisce maggiore efficienza per assicurare acquisti convenienti alle famiglie e sostenere il reddito degli agricoltori in un momento di difficoltà economica. Riducendo la forbice dei prezzi che oggi aumentano in media quasi cinque volte nel passaggio da campo alla tavola.

Con il “piano spesa sicura” della Coldiretti vengono smascherati - ha affermato Marini - gli inganni del finto Made in Italy con 2/3 dei prodotti alimentari che arrivano sulle tavole che non contengono materia prima agricola proveniente dagli allevamenti o dai campi italiani, all’insaputa dei consumatori. Un inganno purtroppo legale che - ha precisato Marini – riguarda due prosciutti su tre venduti come italiani, ma provenienti da maiali allevati all’estero, ma anche quattro cartoni di latte a lunga conservazione su cinque che sono stranieri senza indicazione in etichetta, oltre un terzo della pasta che è 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.

La possibilità di acquistare attraverso la rete dei punti vendita di “campagna amica” prodotti locali che non devono percorrere lunghe distanze con mezzi inquinanti ha anche un importante effetto sul piano ambientale per la riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra, tenuto conto che - ha sostenuto la Coldiretti - secondo un recente studio il cibo percorre 1.900 chilometri prima di giungere sulle tavole.

Il piano della Coldiretti intende nel breve periodo raggiungere il 10 per cento del totale del cibo consumato dagli italiani attraverso il prodotto locale a chilometri zero che permetterebbe un risparmio di emissioni di anidride carbonica pari a 3,2 miliardi di chili e un risparmio di consumo di petrolio pari a 9,9 miliardi di chili. Il piano, che ha l’obiettivo di promuovere al giusto prezzo i prodotti tradizionali dell’agricoltura italiana (frutta, verdura, extravergine, ecc.) contrasta anche - ha concluso la Coldiretti - la tendenza al progressivo abbandono dei principi base della dieta mediterranea con un terzo dei giovani che ha problemi di sovrappeso od obesità che sono responsabili di patologie che assorbono il 7 per cento della spesa sanitaria per un totale di 7 miliardi.