

Vola l'export agroalimentare ma crollano i prezzi alla produzione

L'agroalimentare made in Italy tira sui mercati esteri, i prezzi al consumo aumentano ma nelle tasche degli agricoltori finisce meno di prima.

E' una situazione paradossale quella emersa nel corso dei lavori dell'Assemblea elettiva della Coldiretti, svoltasi a Roma.

Secondo gli ultimi dati Istat sul commercio estero, i prodotti base della dieta mediterranea hanno fatto segnare un aumento record del 13 per cento nelle esportazioni. Il miglior risultato registrato tutti i prodotti di eccellenza.

A guidare la speciale classifica dei prodotti più gettonati fuori dallo Stivale c'è la pasta (+ 28 per cento), seguita da conserva di pomodoro (+20 per cento), frutta (+14 per cento), vino (+ 5 per cento) e olio d'oliva (+2 per cento).

Un risultato che conferma la grande fiducia conquistata dal made in Italy sulle tavole di tutto il mondo. Il tutto mentre sul mercato interno i prezzi al consumo fanno registrare un aumento del 4,3 per cento rispetto allo scorso anno.

Boom all'estero e rincari in casa non hanno però paradossalmente portato effetti positivi per le tasche delle imprese agricole.

Al contrario, i prezzi alla produzione dei prodotti agricoli (dati Ismea di dicembre) hanno registrato una diminuzione del 14 per cento rispetto al 2007, con riduzioni più consistenti proprio per quei prodotti che hanno fatto riscontrare le migliori performance sui mercati internazionali.

Basta guardare i cereali (- 44 per cento), l'olio di oliva (- 23 per cento), i vini (-19 per cento), gli ortaggi (- 15 per cento) e il latte (- 8 per cento).

Una situazione causata soprattutto dal perdurare di forti inefficienze di filiera che non sono giustificabili dalla crisi generale.

Come denunciato da Coldiretti, per ogni euro speso dai consumatori in alimenti ben 60 centesimi vanno alla distribuzione commerciale, 23 all'industria alimentare e solo 17 centesimi agli agricoltori.

Questo significa chiaramente che i prezzi sono aumentati in media di cinque volte dal campo alla tavola e che esistono dunque ampi margini da recuperare, con più efficienza, concorrenza e trasparenza, per garantire acquisti convenienti alle famiglie e sostenere il reddito degli agricoltori in un momento di difficoltà economica.

Da qui il progetto anti-crisi “Una filiera tutta italiana e tutta agricola” che Coldiretti ha presentato in occasione dei lavori assembleari.

Un progetto che punta sul coinvolgimento, oltre che delle imprese agricole, del sistema dei consorzi agrari (Assocap) e di CoopColdiretti e che vedrà, tra le altre iniziative, la realizzazione di mille mercati gestiti direttamente dagli agricoltori aperti nelle piccole e grandi città.

Un modo per accorciare la filiera offrendo opportunità di reddito agli agricoltori e consentendo ai cittadini di fare la spesa al giusto prezzo.