

Filiera suini, servono interventi per ridare valore agli allevamenti

Si assottiglia la quota di valore aggiunto dell'allevamento suinicolo italiano a vantaggio dell'industria e della distribuzione.

Lo conferma uno studio Ismea sulla catena del valore nella filiera suinicola relativo all'annata 2007: per ogni 100 euro pagati dal consumatore finale, circa 50 sono appannaggio della distribuzione, 37 dell'industria (macelli e lavorazione) e solo 13 dell'allevamento ([vedi tabella](#)).

Si tratta di un'evidente sperequazione che penalizza l'anello più debole, quello dell'allevamento. Per modificare questa situazione occorre agire sulla semplificazione della filiera agroalimentare suinicola, rendendola più agricola e più italiana per trasferire quei valori forti e distintivi che il consumatore riconosce nei prodotti della suinicoltura del nostro Paese.

Va riqualificato il ruolo dell'allevamento, che non è un mero fornitore di materia prima indifferenziata ma è invece il protagonista imprescindibile della catena produttiva che assicura carni suine e prodotti derivati di qualità per il consumatore, soprattutto nella realtà italiana.

In questo senso, il sostegno alle produzioni tipiche legate al territorio, la trasparente promozione e valorizzazione delle denominazioni tutelate e l'introduzione dell'indicazione dell'origine italiana del prodotto rimettono al centro l'allevatore, possono assicurare una più equa remunerazione del suo lavoro, e rispondono alle legittime aspettative del consumatore.

[Guarda la tabella sulla valorizzazione del suino pesante](#)