

• I LAVORI DELL'8° FORUM INTERNAZIONALE DI CERNOBBIO (COMO)

La strategia di Coldiretti punta a una filiera corta e italiana

La distintività dei prodotti italiani e la preferenza a quelli locali sono le carte che Coldiretti intende giocare per vincere la sfida del mercato. Al mondo politico il presidente Sergio Marini chiede regole chiare e non soldi

di Nicola Castellani

Gli italiani stanno rapidamente modificando le loro abitudini alimentari e il modo di fare la spesa. Questo nuovo orientamento emerge dall'analisi dei risultati dell'indagine svolta da Coldiretti e Swg e presentata all'8° Forum internazionale dell'agricoltura e dell'alimentazione di Cernobbio (Como) realizzato in collaborazione con lo Studio Ambrosetti.

Al Forum Coldiretti sono intervenuti esponenti di spicco del mondo politico, dal ministro delle politiche agricole Luca Zaia (vedi riquadro) al presidente del Senato Renato Schifani, dal sindaco di Roma Gianni Alemanno al ministro-ombra dell'ambiente Ermete Realacci, al presidente della Commissione agricoltura del Senato Paolo Scarpa Bonazza Buora che, nel corso dei lavori, ha ricevuto dal presidente Sergio Marini la tessera di Coldiretti.

Gli italiani e l'alimentazione

L'indagine svolta da Swg per Coldiretti ha esaminato gli effetti sui consumatori dei recenti, forti aumenti di prezzo dei prodotti alimentari registrati nel momento della crisi finanziaria delle Borse. Tra i risultati lo studio ha messo in evidenza che la parola «fiducia», in termini di qualità intrinseche e sicurezza igienico-sanitaria, significa «prodotto italiano» per il 90% dei consumatori (era il 77% nel 2004).

Questo dato assume una valenza ancor maggiore se messo in relazione alla possibilità/desiderio manifestato dagli intervistati di poter rintracciare l'origine territoriale dei prodotti acquistati.



Il presidente di Coldiretti, Sergio Marini (a sinistra) con il ministro delle politiche agricole Luca Zaia durante i lavori del Forum di Cernobbio

L'INTERVENTO DEL MINISTRO DELLE POLITICHE AGRICOLE

Zaia: «Voglio l'origine in etichetta»

Prevedere l'origine del prodotto in etichetta – come ha affermato con forza il ministro delle politiche agricole Luca Zaia nel corso del suo intervento al Forum Coldiretti di Cernobbio – è necessario «tant'è che ho previsto l'obbligatorietà della dizione "di origine italiana" su tutti i prodotti dell'agricoltura all'art. 8 di un disegno di legge che sarà discusso nella prossima riunione del Consiglio dei ministri».

«Se questa proposta non dovesse passare – ha sottolineato Zaia – vorrebbe dire che abbiamo preso una decisione: via libera alle multinazionali».

In tema di sicurezza alimentare, secondo il ministro, il consumatore è più attento dell'Unione Europea e «fa quello che il "consiglio di guerra" non riesce a fare» tutelandosi dal rischio di ammalarsi attraverso scelte alimentari ritenute più sicure. A questo proposito Zaia ha ribadito le ragioni del suo no agli ogm spiegando come a suo giudizio gli organismi geneticamente modificati non fanno risparmiare i consumatori e non fanno guadagnare gli agricoltori.

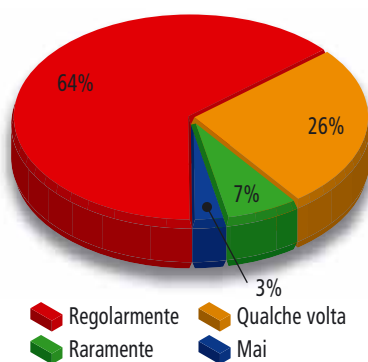
È necessario inoltre – ha aggiunto il ministro – incentivare i farmers market,

perché questa esperienza, oltre a consentire una risposta al fenomeno del caro-prezzi, permette di raggiungere un obiettivo di valenza sociale e culturale: riavvicina il consumatore al produttore.

Nel rapporto con la grande distribuzione organizzata – ha concluso Zaia – bisogna fare un discorso relativo al riconoscimento dell'origine italiana dei prodotti, in modo che sia chiaramente percepibile dai consumatori.

Infine sui controlli il ministro ha sottolineato che all'estero su dieci prodotti italiani solo uno è veramente made in Italy e per questo risulta necessario avviare anche in ambito comunitario le stesse indagini che stanno portando garanzie sul territorio nazionale.

Neanche un accenno invece da parte di Zaia, il cui intervento è apparso un po' appiattito sui temi cari a Coldiretti, su altri argomenti di primario interesse per il settore agricolo. Uno fra tutti, l'*health check* della pac, che dovrebbe prendere forma definitiva a Bruxelles fra qualche settimana e che prevede «aggiustamenti» di non poco conto della politica agricola, con possibili pesanti risvolti per le aziende come nel caso della modulazione. N.C.



La voce «mai» comprende le risposte: «Ne ho sentito parlare, ma non li ho mai provati», «Non ne ho mai sentito parlare», «Non li ho mai consumati».
Fonte: indagine Swg-Coldiretti.

GRAFICO 1 - Frequenza di acquisto di prodotti locali

I motivi che portano i cittadini a preferire l'acquisto nei mercati degli agricoltori sono legati alla genuinità e salubrità dei prodotti e al soddisfacente rapporto qualità/prezzo.

Parallelamente, dal 2007 al 2008 cresce dal 57 al 61% la quota di italiani che considera i prodotti ogm meno salutari di quelli tradizionali.

Relativamente all'aumento dei prezzi degli alimentari, gli italiani ritengono che il fenomeno sia dovuto a un insieme di concause, la maggiore delle quali è l'eccessivo numero di passaggi di mano dei prodotti all'interno della filiera.

La conseguenza è che il 64% degli intervistati (vedi grafico 1) dice di difendersi dal caro prezzi e dai rischi alimentari indirizzando i propri acquisti verso le nuove forme di vendita della cosiddetta filiera corta (vendita diretta, farmers market, ecc.).

L'intervento di Marini

«Noi sosteniamo – ha commentato il presidente di Coldiretti, Sergio Marini – che serve più trasparenza e più concorrenza tra sistemi distributivi: in concorrenza con la filiera lunga, dove possibile, serve una filiera corta in grado di tagliare le intermediazioni e avvicinare la produzione al consumo. In altre parole è necessario puntare a tre obiettivi: rafforzare la filiera corta, razionalizzare i costi della filiera lunga e costruire una filiera italiana come elemento di sicurezza per il consumatore italiano e come fattore distintivo sui mercati internazionali dei nostri prodotti».

«Non chiediamo alla politica di intervenire, se l'intervento è come negli anni passati con l'interprofessione, perché – ha precisato il presidente di Coldiretti rivolgendosi al ministro Zaia – i soldi finivano a settori diversi da quello agricolo, a cominciare dall'industria. Dalla politica mi aspetto regole, per esempio sui consorzi agrari,

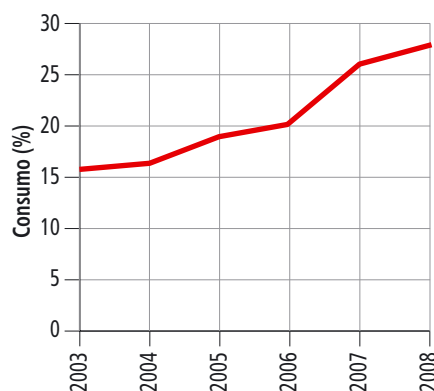


GRAFICO 2 - Andamento del consumo regolare di prodotti di origine controllata (2003-2008)

e non soldi, perché non ci sono».

E ha aggiunto: «Noi sappiamo che c'è una agricoltura di nicchia e c'è un'altra agricoltura che rappresenta il 90% della produzione, ma non accettiamo chi dice che dobbiamo occuparci dei prodotti di nicchia».

«È evidente – ha proseguito Marini – che vendita diretta e farmers market non intaccano e non possono intaccare minimamente il primato della gdo nella vendita di prodotti alimentari. Alla grande distribuzione e al settore industriale chiediamo una maggiore sensibilità alla presenza di prodotti locali e di stagione sugli scaffali e di credere di più nel valore del territorio d'origine come elemento caratterizzante delle marche commerciali. Abbiamo messo su un piatto d'argento all'industria agroalimentare un progetto per la trasparenza – ha detto ancora Marini – ma l'industria ha risposto che non lo accettava non capendo che la ricetta si copia e il marchio si compra».

Marini ha poi sottolineato che, da questo punto di vista, c'è stata più attenzione da parte della gdo.

Per quanto riguarda la cooperazione, secondo il presidente della Coldiretti, questa doveva accettare la distintività legata al territorio, invece ha cominciato – soprattutto la grande cooperazione, ha specificato – a rincorrere l'industria e non è rimasta ancorata al territorio, come invece hanno fatto le banche di credito cooperativo.

«Per valorizzare adeguatamente la distintività territoriale dei nostri prodotti – ha concluso Marini – stiamo lavorando al progetto di una filiera tutta italiana che a dicembre presenteremo opportunamente con una grande convention».

Nicola Castellani

PIÙ TRASPARENZA NEL CREDITO

PattiChiari con le banche

L'Associazione bancaria italiana ha firmato un accordo con Cia e Confagricoltura per venire incontro alle esigenze delle aziende agricole

PattiChiari, Consorzio di banche italiane, nato con la volontà di offrire ai cittadini aiuto per capire meglio i prodotti finanziari e a scegliere quelli più adatti, si apre al settore agricolo. Martedì 21 ottobre è stato infatti firmato a Roma a Palazzo Altieri, sede dell'Associazione bancaria italiana (Abi), un protocollo d'intesa tra PattiChiari, Confagricoltura e Cia-Confederazione italiana agricoltori.

Le informazioni saranno a disposizione degli imprenditori agricoli in apposite «aree verdi» sui siti delle due confederazioni e di PattiChiari

Il presidente dell'Abi, Corrado Faissola, ha espresso la sua soddisfazione per l'accordo, sottolineando soprattutto il clima di coesione tra le due organizzazioni. «Questo servizio – ha aggiunto – è soprattutto per le piccole imprese agricole».

«La giornata di oggi è contrassegnata dall'attualità perché i nostri imprenditori chiedono attenzione alle loro esigenze», ha osservato il presidente di Confagricoltura Federico Vecchioni. A suo giudizio «il ritorno alla centralità dell'economia reale» esige strumenti finanziari sempre più trasparenti.

«Il futuro dell'agricoltura – ha sottolineato – passa dalla catalizzazione del valore aggiunto, ora disperso, per arrivare a una filiera leggera. E proprio da ciò nasce la necessità di servizi bancari appropriati, nella logica del progetto imprenditoriale, anche immateriale, più che del prodotto. Questo percorso – ha concluso Vecchioni – trova in PattiChiari solide basi».

«PattiChiari – ha affermato il vicepresidente della Cia Enzo Pierangioli – ha un'attualità stringente in un momento di crisi della "economia di carta". L'agricoltura – ha fatto notare – che è economia reale, agli antipodi rispetto a quella finanziaria, ha bisogno di questi strumenti perché è necessario riaprire il circuito della fiducia e le banche devono riaprire le linee di credito verso gli agricoltori».

Il nostro impegno c'è – ha precisato il vicepresidente della Cia – spiegando che la Confederazione sta lavorando sul ricambio generazionale anche attraverso nuovi strumenti.

Fra le novità attorno alle quali la Cia sta puntando c'è – ha annunciato Pierangioli – la ristrutturazione dei consorzi Confidi creandone uno solo su scala nazionale.

L.Mart.