

# La corsa dei prezzi di cereali e soia preoccupa la zootecnia



Prosegue anche nel nuovo anno, l'aumento delle quotazioni di cereali e farine proteiche vegetali, le principali materie prime agricole per il settore zootecnico, che ha caratterizzato gli ultimi mesi del 2020.

Un effetto a cascata sugli approvvigionamenti e sui prezzi dei prodotti agro-alimentari-zootecnici a danno delle imprese di trasformazione e dei consumatori finali è concreto.

A dirlo è Assalzoo, l'Associazione Nazionale tra i Produttori di Alimenti Zootecnici, che sottolinea come nell'arco di tre mesi, dal 20 ottobre 2020 al 19 gennaio 2021, **il prezzo del mais ha fatto registrare un incremento del 22%; il grano tenero del 20%.**

Nello stesso periodo **le quotazioni della farina di soia sono cresciute del 26%** e quelle della crusca addirittura del 41%. Aumenti che sono ancor più elevati se raffrontati allo stesso mese dell'anno precedente, rispettivamente 23%, 25%, 45% e 68%.

“Questo continuo, forte rialzo dei prezzi delle materie prime agricole – sottolinea **Marcello Veronesi**, presidente di Assalzoo – rappresenta un campanello di allarme non solo per i rischi di approvvigionamento che possono riguardare un Paese come il nostro, fortemente dipendente dai mercati esteri per il proprio fabbisogno, ma può appesantire ancor più la già difficile situazione competitiva della zootecnia nazionale. Problematiche che andrebbero pertanto a sommarsi alla già complicata congiuntura che l'Italia sta attraversando”.

Veronesi, invita, quindi, le autorità competenti “a definire gli strumenti ai quali ricorrere per invertire (e non complicare, vedi Granaio Italia) una tendenza di grande debolezza per un Paese che, come l'Italia, fa dell'agroalimentare uno dei suoi principali capisaldi economici e di immagine” e ad “aprire un tavolo di confronto per far funzionare meglio i mercati, le relazioni e la catena del valore all'interno delle filiere con il fondamentale contributo della GDO affinché ogni anello abbia la corretta remunerazione senza intimorire il consumatore finale”, conclude Veronesi.