COLDIRETTI

Genova, 13 NOVEMBRE 2015

LA QUALITÀ NEL SISTEMA AGROALIMENTARE”

Percorso logico

- Il mercato dopo la crisi: crescita e consumi
- Il doppio furto (di identità e di valore) a danno delle imprese agricole
- Le risposte della Filiera Agricola Italiana

Fonte: Istat

COLDIRETTI

Il ruolo del cibo nel contesto mondiale

UNA POLTRONA PER DUE (1983 -John Landis)

DI COSA SI PARLAVA?

COLDIRETTI

Il ruolo del cibo nel contesto mondiale

- PANCETTA AFFUMICATA e ARANCE

- L'AGRICOLTURA DOMINA GLI SCAMBI DEL MERCATO MONDIALE e LOCALE

Il consumo globale di cibo

- Il frumento russo minacciato dalla carenza di precipitazioni
- "The Wall Street Journal" (Stati Uniti) 29 ottobre 2014

- Il clima secco ha inciso negativamente sulla crescita iniziale del frumento invernale in alcune delle principali aree produttrici della Russia, minacciando di causare un'impennata dei prezzi alimentari, non solo a livello interno, ma anche in mercati d'esportazione chiave, come l'Egitto, l'Iran e il Marocco.
- I danni al raccolto nazionale di frumento si registrano proprio nel momento in cui la Russia ha posto un divieto sulle importazioni alimentari provenienti da alcuni paesi occidentali, come ritorsione alle sanzioni adottate dagli Stati Uniti e dall'Unione Europea, in conseguenza alle azioni di Mosca in Ucraina.

  - COSA VUOL DIRE UNA COSA DI QUESTO TIPO

Il consumo globale di cibo

TANTI MODELLI DI SVILUPPO

AMERICHE: agricoltura iperindustrializzata: uso di fattori produttivi, OGM, ecc

ASIA (CINA INDIA E RUSSIA) agricoltura di rapina (landgrabbing) agropirateria e importazioni

AFRICA il paese derubato

AUSTRALIA: troppo lontani

e l'EUROPA?

GIARDINO DEL MONDO

(SVILUPPO CONDIZIONATO DALL'AMBIENTE)

Il consumo globale di cibo

INFATTI:

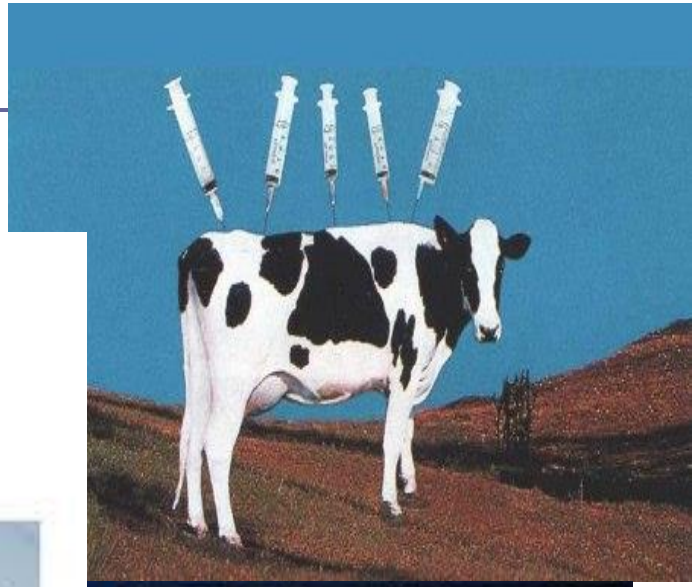
La Cina aprira' il mercato al sorgo dell'Argentina – "Financial Times" (Gran Bretagna)

Ministro Schmidt: Il settore agricolo fara' risparmiare 40 milioni di tonnellate di petrolio – "WirtschaftsWoche" (Germania)

In Germania, Austria e Svizzera cresce l'interesse per i prodotti regionali – "Top Agrar" (Germania)

Il consorzio brasiliano Cutrale-Safra acquista per 1,3 miliardi di dollari l'impresa alimentare Chiquita Brands – "EfeAgro" (Spagna)

La Filiera Agricola Italiana è Sicurezza



COLDIRETTI

I Consumi al tempo della crisi

- E noi italiani?
- Sarebbero 124 euro circa a settimana, il 3% in più rispetto al 2013, la spesa alimentare di una famiglia più o meno composta da 4 persone.

- Crollano i consumi di frutta e verdura: -20% dall'inizio della crisi Gli acquisti familiari di frutta e verdura degli italiani sono crollati di oltre il 20 per cento negli anni della crisi per un quantitativo che **nel 2014 è sceso addirittura al di sotto dei 400 grammi per persona raccomandati dal Consiglio dell'Organizzazione Mondiale della Sanità**.

COLDIRETTI

I Consumi al tempo della crisi

	2009	2010		2011
Scommesse, Lotterie, Giochi, etc.	54,4 mld €	61,4 mld €	+13%	79,9 mld €
Alimentazione	139,3 mld €	141,1 mld €	+1,3%	139,1 mld €

Fonte: Amministrazione Autonoma Monopoli di Stato, Istat, elaborazione Coldiretti

COLDIRETTI

I numeri dell'agro-alimentare italiano

- L'agroalimentare Made in Italy vale oltre 180 miliardi di Euro (110 dell'industria alimentare)
- Rappresenta circa il 15 per cento del Prodotto Interno lordo (PIL), secondo solo al comparto manufatturiero.
- **Oltre 4.372 Prodotti tradizionali censiti dalle Regioni**
- **Oltre 163 Prodotti a denominazione o indicazione di origine protetta riconosciuti dall'Unione Europea Dop/Igp** (51 prodotti ortofrutticoli, 38 oli extravergini di oliva, 33 formaggi, 28 prodotti a base di carne, 3 prodotti da panetteria, 3 spezie o essenze, 2 aceti, 2 prodotti di carne e 1 miele).
- **Oltre 484 Vini a denominazione di origine controllata (Doc), controllata e garantita (Docg) e a indicazione geografica tipica** (316 vini Doc, 33 Docg e 135 Igt pari ad oltre il 60% della produzione vinicola nazionale).
- *Migliaia di altri prodotti innovativi, originali, frutto dell'inventiva e della capacita del sistema agroalimentare italiano*

- ***IL FALSO MADE IN ITALY VALE 60 MILIARDI DI EURO***

COLDIRETTI

L'immagine positiva del nostro Paese

- Il made in Italy agroalimentare rischia sempre più di essere corroso dalle diverse forme di concorrenza sleale o di vero e proprio dumping: a discapito della qualità e della competitività delle nostre imprese, ma anche della sicurezza ambientale, del rispetto dell'ambiente e dell'etica!

- Alcuni casi "esemplari":
  - Pomodoro cinese e mozzarella "alla cagliata" della Lituania : il modello della competitività a "basso costo e bassa sicurezza"
  - Grano del Messico: il dumping che abbatte il mercato nazionale
  - Nocciole turche nei dolci, abbassando i livelli massimi di aflatossine
  - Olio di cocco e palma al posto di burro e olio di oliva

COLDIRETTI

L'immagine positiva del nostro Paese

n.b.: nella foto il fattore di produzione, a fertilità ripetuta, terra

COLDIRETTI

…non deve essere ingannevole!

COLDIRETTI

…non deve essere ingannevole!

Azienda costituita in Romania con i finanziamenti italiani per l'internazionalizzazione che produce falso made in Italy

Azienda certificata

BRC FOOD
BUREAU VERITAS
Certification

BVQi

PARMIGIANO REGGIANO

Recente tentativo di autorizzare la produzione di yoghurt con latte in polvere

COLDIRETTI

…non deve essere ingannevole!

COLDIRETTI

L'Agro-pirateria: un limite alla crescita

- **Arriva lo stop in Italia all'aranciata senza arance 27/10/2014**
- Uno storico successo per l'Italia viene dall'approvazione definitiva da parte del Parlamento dell'articolo 17 della legge comunitaria con la quantità minima di succo nelle bibite a base d'arancia che passa finalmente dal 12 al 20 per cento, con effetti positivi per i consumatori e per il frutteto italiano.
- Ad oggi per ogni aranciata venduta sugli scaffali a 1,3 euro al litro agli agricoltori vengono riconosciuti **solo 3 centesimi per le arance contenute**, del tutto insufficienti a coprire i costi di produzione e di raccolta**.**

L’Agro-pirateria: un limite alla crescita

- **arriva anche l'obbligo del tappo antirabbocco per i contenitori di olio extra vergine di oliva**
- serviti in tutti i pubblici esercizi. Sulle tavole di bar, ristoranti e trattorie l’olio extravergine di oliva potrà essere servito solo in bottiglie dotate di tappo in modo da evitare allungamenti o riempiture con prodotti che non hanno nulla a che vedere con quello indicato in etichetta.

Made in Italy o……

I marchi: latticini «italiani»

Gruppo Andros

I marchi: prodotti vari «italiani»

I marchi: olio di oliva «italiani»

DA DOVE VENGONO LE MATERIE PRIME DELL'AGROPIRATERIA

- **Turchia 71 milioni**
- **Egitto 67 milioni**
- **Algeria 32 milioni**
- **Marocco 30 milioni**
- **Siria 17 milioni**
- **Tunisia 10 milioni**
- **Israele 7 milioni**
- **Giordania 5 milioni**

- **Italia 60 milioni**
- **Francia 60 milioni**
- **Spagna 41 milioni**
- **Grecia 11 milioni**
- **Portogallo 10 milioni**

IL CASO DELL'OLIO

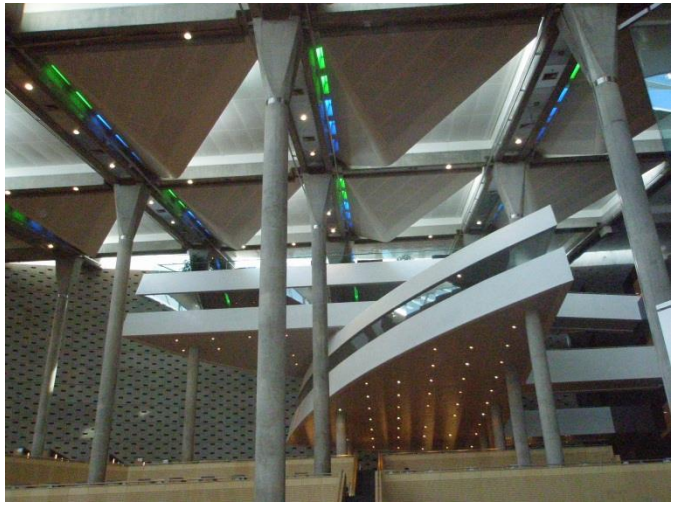
Il bacino del mediterraneo

- ***Sponda SUD del Mediterraneo 249 milioni di abitanti***
  - ***Sponda nord del Mediterraneo 182 milioni di abitanti***

Aumentare il consumo del proprio olio di oliva vorrebbe dire utilizzare materie prime che non verreb-bero più usate dagli industriali dell'olio.

Anche se questo era il frantoio ……

…questa è la mitica Biblioteca di Alessandria d'Egitto !



Le Agro-Mafie

Un nuovo soggetto si è affacciato sul mercato alimentare

LE MAFIE DEL MONDO

Dopo aver devastato ampie porzioni del territorio nazionale la mafia ha scoperto il business agro-alimentare grazie anche ad una normativa europea che dà ampi spazi all'ambiguità e che si dimostra sempre più un frullatore di saperi e di sapori, che non riconosce la qualità e l'origine delle produzioni, lasciando i prodotti locali soli a confrontarsi con norme asservite spesso alle multinazionali

GIAN MARIA FARA - presidente di Eurispes

Le nuove frontiere dell'agropirateria

una mozzarella in appena 30 minuti e gli altri formaggi italiani in appena due mesi. Il kit contiene recipienti, colini, garze, termometri, piccole presse oltre a lipasi ed altre polveri, e garantiscono di ottenere prodotti caseari ben identificati che sono una chiara contraffazione dei nostri più celebri formaggi, dal Parmigiano Reggiano al Pecorino Romano, dalla Mozzarella alla Ricotta. Costa 81 dollari

Le Agro-Mafie

Un nuovo soggetto si è affacciato sul mercato alimentare

LE MAFIE DEL MONDO

Un sistema, quello criminale, che porta ad un guadagno illecito di **circa 12 miliardi di euro l'anno**. E' un'attività variegata che va dall' accaparramento di finanziamenti pubblici alla gestione della manodopera di immigrati clandestini. Il fenomeno del caporalato è un problema atavico che riguarda soprattutto le regioni del Sud perché in questa parte d'Italia vi sono imprenditori disposti ad assumere in maniera illecita. Il caporalato è gestito in maniera articolata con accordi tra i criminali di varie Regioni.

ARTURO DE FELICE - *Direttore Dia*

Le Agro-Mafie

Controllano in molti territori la **distribuzione e talvolta anche la produzione** del latte, della carne, della mozzarella, del caffè, dello zucchero, dell'acqua minerale, della farina, del pane clandestino, del burro e, soprattutto, della frutta e della verdura.

Larghissima ed immediata **disponibilità di capitale** e sulla possibilità di condizionare parte degli organi preposti alle autorizzazioni ed ai controlli.

Estorsione e Intimidazione per imporre la vendita di determinate marche e determinati prodotti agli esercizi commerciali, che arrivano a rilevare direttamente.

Almeno **5.000 locali di ristorazione** in Italia in mano alla criminalità organizzata (bar, ristoranti, pizzerie), nella maggioranza dei casi intestati a prestanome.

Le Agro-Mafie

Le organizzazioni mafiose sono consapevoli che, pur non trattandosi del settore che garantisce i guadagni più consistenti e nel più breve tempo, il cibo costituisce la necessità primaria, di cui nessuno potrà mai fare a meno.

Mettendo le mani sul comparto alimentare le mafie hanno inoltre la possibilità di affermare il proprio controllo sul territorio.

Non solo si appropriano di vasti comparti dell'agroalimentare e dei guadagni che ne derivano, distruggendo la concorrenza ed il libero mercato legale e soffocando l'imprenditoria onesta, ma compromettono in modo gravissimo la qualità e la sicurezza dei prodotti, con l'effetto indiretto di minare profondamente l'immagine dei prodotti italiani ed il valore del marchio Made in Italy.

Le strategie della GDO

- Dal 2004 la strategia si è basata sulla riduzione dei prezzi di vendita, con blocco dei prezzi, promozioni, offerte sottocosto e riduzione dei prezzi corrisposti ai fornitori, per dimostrare ai consumatori di avere i prezzi bassi: ad esempio, nel caso dell'ortofrutta, spesso si è agito sulla qualità dei prodotti, diminuendone i calibri
- Crescita delle carte fedeltà: i 2/3 delle famiglie italiane ne possiedono almeno 3
- Riorientamento delle private label, come strumento di fidelizzazione e di competizione verticale nei confronti delle marche leader

Il difficile rapporto con la GDO

- Nel 2005 il comitato economico e sociale europeo ha sentito la necessità di pubblicare un parere sul tema “La grande distribuzione: tendenze e conseguenze per agricoltori e consumatori”
- Il rapporto, pur evidenziando i meriti della distribuzione moderna, ne ha sottolineato i difetti e le criticità per agricoltori e consumatori
- Anche il legislatore italiano, nel caso del decreto sui termini di pagamento per i beni deperibili (D.Legs.n°231/2002), ha inteso la necessità di riequilibrare le forze in gioco

Il rapporto difficile con la GDO

- **Il tema dei tempi di pagamento è sempre stato scottante**, anche prima della crisi economica. Per risolvere una patologia del mercato particolarmente evidente nel nostro Paese (con **pagamenti ben oltre i 100 giorn**i), il legislatore nazionale – grazie anche al deciso pressing di Coldiretti – era intervenuto con il decreto legislativo n.231 del 2005, che definisce in 60 giorni i termini di pagamento per i prodotti deperibili.

- Purtroppo **la posizione dominante della grande distribuzione è tale da far sì che nessuno chieda il rispetto del termine di legge e tutti accettino tempi di pagamento più lunghi**, pur di conservare il cliente e l'accesso agli scaffali. Il problema è ancora più evidente nel caso di processi produttivi particolarmente brevi, come quelli di certi ortaggi, dove si può arrivare al paradosso di aver sostenuto più cicli produttivi, senza che sia stato ancora pagato il primo prodotto consegnato.

Il rapporto difficile con la GDO

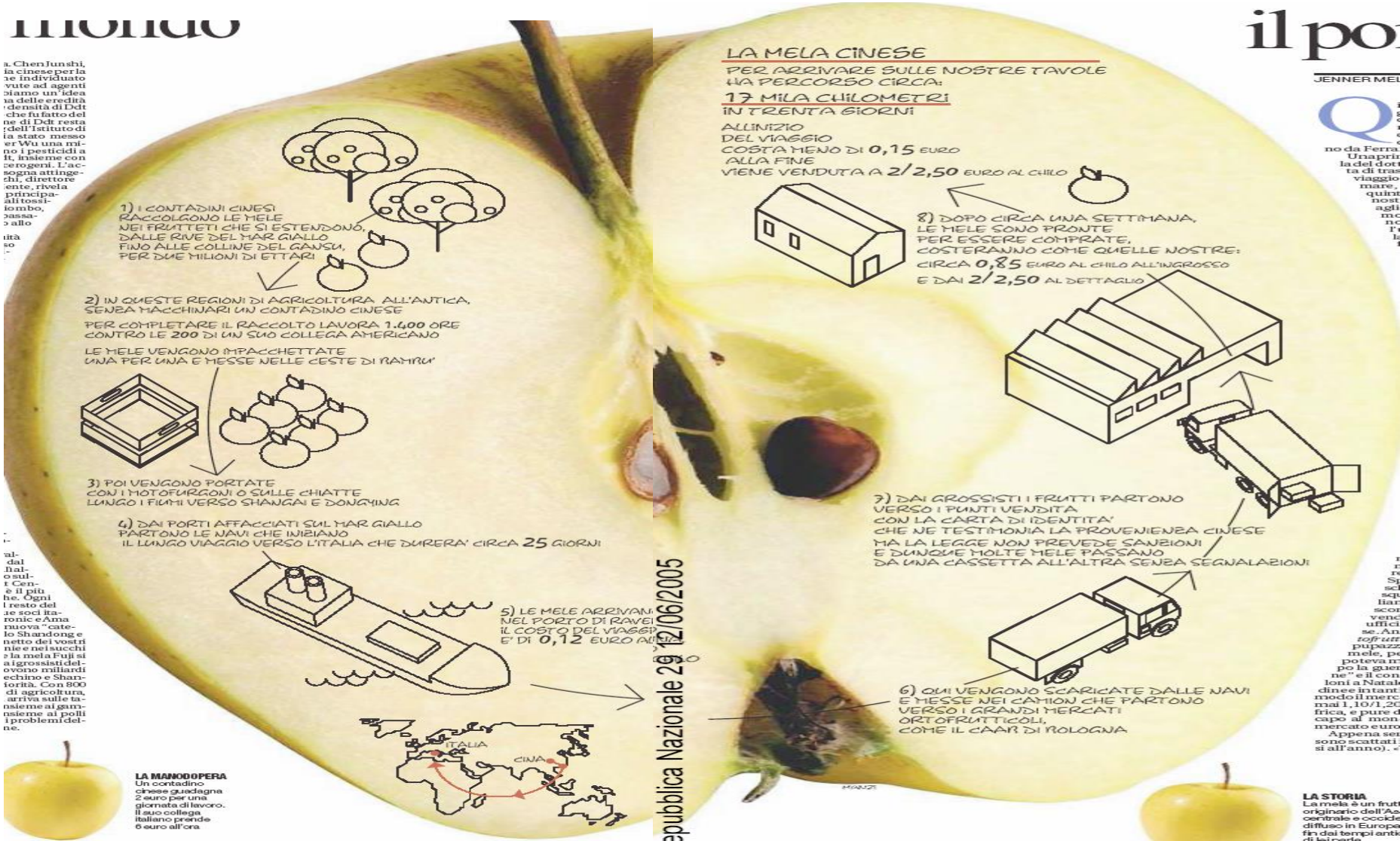
.

- Tutto questo **mentre la grande distribuzione incassa subito – il consumatore paga immediatamente alla cassa – ma liquida i fornitori con tempi biblici**. Nella sostanza gli imprenditori agricoltori sono diventati la "banca" della grande distribuzione; anzi, sono meglio di una banca perché non fanno pagare gli interessi sulle somme dovute.

- La **Direttiva 2011/7/UE** riguarda la lotta ai ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali. Infine è stato approvato in Italia il **D.L. 21/01/2012 n°1 che, all'art.62, disciplina i termini di pagamento per i prodotto agricoli ed alimentari** deperibili ed individua una serie di attività definite «pratiche commerciali sleali».

COLDIRETTI

…Chi ci guadagna?



epubblica Nazionale 29/06/2005

COLDIRETTI

…E chi lo paga il sottocosto?

Fatto pari a cento il prezzo del prodotto finito:

- Il 9% è il valore del pomodoro contenuto
- Il 19% è il costo del contenitore di vetro con la capsula
- Il rimanente 72% sono costi di trasformazione, logistica, distribuzione

Come gira il mondo

1. I prodotti Kellogg's contengono OGM? Perchè non viene indicato in etichetta?

Kellogg's garantisce il suo impegno nel non utilizzare ingredienti o derivati geneticamente modificati.

SOLAMENTE IN UE, DOVE DOVREBBE ETICHETTARE OGM!

2. Secondo Federalimentare il successo del made in Italy e' determinato dalle ricette e dalla capacità di scegliere in giro per il mondo i migliori ingredienti, l'origine obbligatoria penalizzerebbe solo prodotti di successo come caffè e cioccolato….

Alcuni casi postitivi

3. Dopo mesi di critiche alle iniziative di Coldiretti sulla vendita diretta, finalmente una azione veramente innovativa …

4. La campagna di McDonalds in Svizzera per carne e patate parla da sola (2009), poi venne il McItaly….

…..allora

Che cosa è la

QUALITÀ?

…. allora

FORSE L’ETICHETTA SEMAFORICA BOCCIATA DALLA UE?

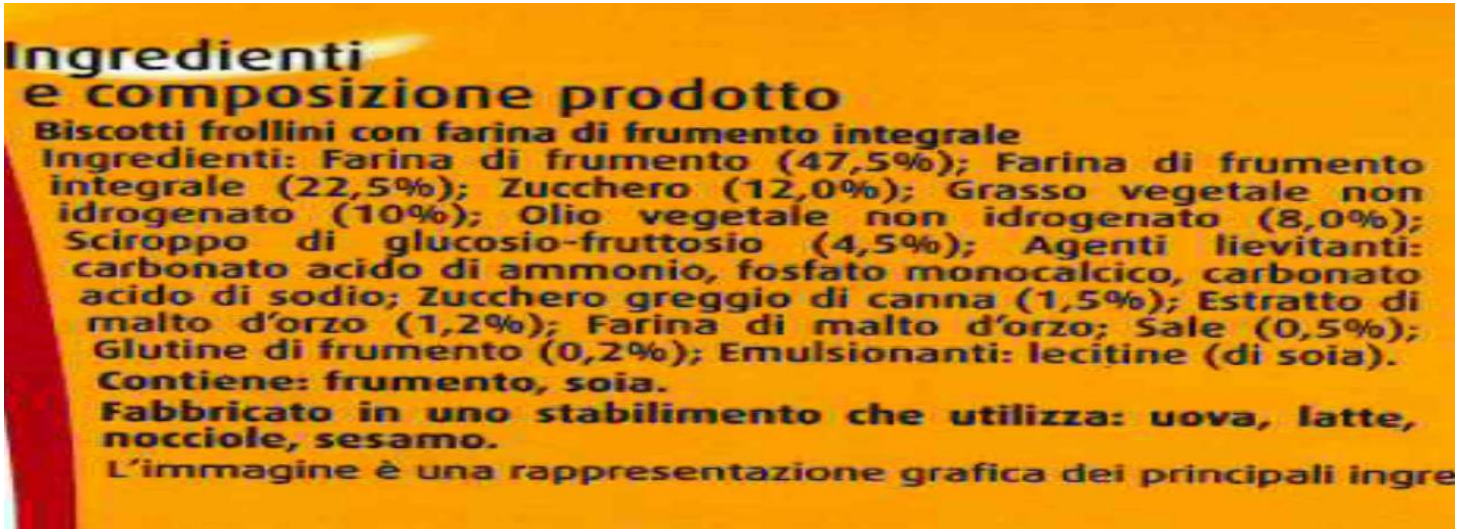
L'Ue boccia l'etichetta a semaforo

L’avvio della procedura di infrazione da parte dell’Ue contro il semaforo in etichetta varato dagli inglesi salva le esportazioni Made in Italy, dai formaggi all’olio d’oliva, fino ai salumi più tipici.

Qual è il limite….

- **X**: zucchero, oli vegetali, **nocciole (13%)**, cacao magro, latte scremato in polvere (5%), lattosio, siero del latte in polvere, lecitina di soia, aromi.
- **Y**: **nocciole (45%)**, zucchero, cacao magro (9%), latte scremato in polvere (5%), burro di cacao, lecitina di soia, aromi.
- **Z**: **nocciole (52%)**, zucchero di canna, cacao, latte in polvere, burro di cacao, lecitina di soia, vaniglia.

Leggere le etichette aiuta?



Leggere le etichette aiuta?

Leggere le etichette aiuta?

Un obbligo morale

L'indicazione in etichetta dell'origine della materia prima è una scelta che indica civiltà e consapevolezza

META' DELLA NOSTRA SPESA E' SENZA L'OBBLIGO DI INDICARE L'ORIGINE DELLA MATERIA PRIMA

E' infatti in vigore solo l'obbligo di indicare l'origine della **carne bovina** dopo l'emergenza mucca pazza mentre dal 2003 è d'obbligo indicare varietà, qualità e provenienza **nell'ortofrutta fresca**, dal primo gennaio 2004 c'è il codice di identificazione per le **uova**, a partire dal primo agosto 2004 l'obbligo di indicare in etichetta il Paese di origine in cui il **miele** è stato raccolto e dal 1° luglio 2009 l'obbligo di indicare anche l'origine delle **olive impiegate nell'olio**.**)**

COLDIRETTI

Etichette sincere: un processo inarrestabile

Dare informazioni e consapevolezza al consumatore, questa è la strada che deve trovare uniti tutti, imprese agricole, società civile, istituzioni, in modo tale che le scelte siano consapevoli e chi acquista un prodotto, sia esso tipico, tradizionale o biologico, da lotta integrata, di stagione o contro-stagione, italiano o comunitario o extracomunitario, lo faccia perché frutto di una scelta e non perché risultato di un inganno.

Scegliere consapevolmente, in base alla loro etica ed al loro portafogli, cosa acquistare, non in un mondo di burattini di legno condizionati da false immagini o da pubblicità ingannevoli