

Pmi: meno polemiche, più controlli

Butta acqua sul fuoco, invece, **Renzo Bonaglia** presidente di **UnionAlimentari**, la confederazione delle piccole e medie imprese italiane: "Rimbalsare la responsabilità tra gli attori di filiera – consiglia Bonaglia – non risolve la questione e rischia di danneggiare l'immagine dei singoli operatori e inasprire i rapporti. Non condividiamo le posizioni di accusa verso l'industria, ma apprezziamo l'intento del **Garante dei prezzi**, **Antonio Lirosi**, per avere avviato un piano di controlli nelle varie fasi della filiera".

L'iniziativa, infatti, permetterà di comprendere l'effettiva dinamica di formazione dei prezzi di pane e pasta e capire eventuali anomalie nei meccanismi di adeguamento, a fronte di variazioni dei prezzi delle materie prime e di tutte le altre componenti necessarie per trasformare, confezionare e distribuire il prodotto. Ivi compresi i costi della cosiddetta 'collaborazione commerciale' con la distribuzione che, anche a causa del generale calo dei consumi, stanno raggiungendo un peso notevole per l'industria.

DOSSIER
Tendenze LA GDO DETTA LE REGOLE. QUESTO SPIEGA IL BOOM DELLE PL

più convenienti per anomalia del modello alimentare italiano. A prescindere dalla contingenza il problema più critico è sempre legato alla scarsa marginalità e all'elevato grado di concorrenza.

Dal resto, lo scacco non è certo nuovo in materia: sostanziale rispetto agli anni passati, la distribuzione resta a tutti gli effetti l'anello forte della filiera, il che consente soprattutto alla marca privata di mettere concorrenza.

A maggior ragione in quest'ultimo anno, laddove la politica di pricing messa in atto dalle catene distribut-



Renzo Bonaglia, presidente di **UnionAlimentari**

lo sovraccario e la trasformazione dei prodotti. Un **CoopCollettivi** (sono 1.300 oggi le cooperative sociali) e del sistema dei **farmers market**. "Per la definizione del piano – spiega Aballe – siamo favorevoli per la fattiva e necessaria partecipazione del sistema della trasformazione artigianale e industriale e della piccola e grande distribuzione. Il progetto, che intendiamo presentare al Governo a fine anno, vuole essere il vanto per il rilancio dei consumi e il contenimento dell'inflazione legata all'alimentare nel nostro Paese".

Pmi: meno polemiche, più controlli

Butta acqua sul fuoco, invece, **Renzo Bonaglia**, la confederazione delle piccole e medie imprese italiane. "Rimbalsare la responsabilità tra gli attori di filiera – consiglia Bonaglia – non risolve la questione e rischia di danneggiare l'immagine dei singoli operatori e inasprire i rapporti. Non condividiamo le posizioni di accusa verso l'industria, ma apprezziamo l'intento del **Garante dei prezzi**, **Antonio Lirosi**, per avere avviato un piano di controlli nelle varie fasi della filiera".

L'iniziativa, infatti, permetterà di comprendere l'effettiva dinamica di formazione dei prezzi di pane e pasta e capire eventuali anomalie nei meccanismi di adeguamento, a fronte di variazioni dei prezzi delle materie prime e di tutte le altre componenti necessarie per trasformare, confezionare e distribuire il prodotto. Ivi compresi i costi della cosiddetta 'collaborazione commerciale' con la distribuzione che, anche a causa del generale calo dei consumi, stanno raggiungendo un peso notevole per l'industria.

LA FRANCIA NON DISERTA I PRIMI

Uomini e donne nel settore alimentare a giugno 2007, nel mercato francese. In un semestre del 2008 i prezzi sono esplosi del 10,6% ma un terzo del 20,2% per le paste. Ma le vendite a volume seguono, soprattutto per prodotti come i cereali (**Franspagne**) (+1,4%) e il latte (+1,9%), meglio se arricchiti di nutrienti.

Come il segmento **super** (ovvero i primi punti di vendita), che si profila come il più dinamico di tutto il comparto.

Nonostante i prezzi unitari sia più elevati, i consumatori tendono a essere disposti a fare qualche sacrificio in più per di privilegiare l'offerta della grande e della super. Ciò del pane è risultato in un mercato non fa sempre la differenza.

LA FRANCIA NON DISERTA I PRIMI

La Francia è stata piuttosto aggressiva. "Nel nostro Paese – puntualizza **Farmers** – i produttori sono letteralmente strangolati dalle regole del trade e spesso faticano a realizzare un prodotto di alta qualità a fronte di una remunerazione ancora insufficiente". I costi in tasca alla filiera li ha fatti in dettaglio **Paolo Aballe**, responsabile seminativi di **Collettivi** per ogni euro speso dai consumatori in alimenti, ben 60 centesimi andrebbero alla distribuzione commerciale, 23 all'industria alimentare e 17 centesimi agli agricoltori. Così, mentre nel tempo continua a contrarsi la quota di agricoltura e industria quella della distribuzione tende ad aumentare. Una situazione insostenibile per il sistema produttivo, sulla quale occorre intervenire. **Collettivi** sta lavorando per affinare l'impresa in filiazione con un piano che vede il coinvolgimento, oltre che delle imprese agricole, del sistema dei consumi agrari (**Assomp**), dai quali passa oltre il 40% dei mezzi tecnici.