



[ ZOOTECNIA ] Il ritocco costante al listino prezzi dei mangimi aumenta le difficoltà dei produttori

## Crisi suini: pagamenti più lunghi e solo allevatori selezionati

[ DI ANNA MOSSINI ]

Il saldo a 180 giorni dalla fornitura è ormai diventato una prassi.

La forte esposizione bancaria costringe i mangimisti a valutare la clientela

«**F**are clienti in suinicoltura non è difficile, ma oggi è sicuramente rischioso». L'allarme arriva da **Villiam Parmeggiani**, direttore generale di Progeo, industria mangimistica di Reggio Emilia.

Un allarme che sta mettendo a dura prova la capacità di sopravvivenza di diverse aziende suinicole, costrette a chiedere sempre maggiori dilazioni di pagamento pur di riuscire a saldare le fatture. «Fino a un anno fa le scadenze arrivavano a un massimo di tre mesi - continua Parmeggiani - oggi non scendiamo al di sotto dei 180 giorni, e in alcuni casi la richie-

sta arriva addirittura a 9-10 mesi. Nel periodo luglio-dicembre 2007 siamo passati da 52 a 68-69 milioni di euro di crediti, un'esplosione del fatturato dovuto solamente agli aumenti del listino prezzi.

Tutto il settore mangimistico vive con estrema difficoltà questa situazione e per quello che ci riguarda, dovendo reperire disponibilità finanziarie che sono venute a mancare, abbiamo deciso di selezionare la clientela valutando la solvibilità delle aziende in base alla media dei suinetti nati annualmente per ogni scrofa o all'efficienza degli allevamenti all'ingrasso. Il momento non induce

a perseguire politiche di sviluppo ma di contenimento, almeno fino a quando le cose non cambieranno».

Non molto diverso il *leit-motiv* che arriva dall'industria impegnata nella produzione di integratori. «Fino a sei mesi fa i suinicoltori avevano più mezzi e ossigeno per far fronte agli impegni economici - afferma **Giuliano Martelli**, responsabile tecnico-commerciale di Inve Italia - oggi invece sono in affanno e le pressioni per allungare i tempi di pagamento sono sempre più frequenti, al punto che dai consueti 60 giorni siamo passati a 90. E' una crisi molto pesante e fi-

## [ SOCCIDE Un'ancora di salvezza

**C**i sono i grossi gruppi industriali che da tempo hanno dato vita alle soccide in campo suinicolo e che in questi tempi di crisi pare stiano incrementando il numero di allevamenti. E ci sono suinicoltori molto forti che stanno intraprendendo la stessa strada, ma che di soccida non vogliono sentire parlare.

«Non è corretto - sottolinea **Claudio Gilberti**, allevatore bresciano -. Assieme ad altri colleghi abbiamo dato vita è un processo diverso, che punta in primo luogo all'abbattimento dei costi, oggi la voce più importante per la sopravvivenza delle aziende suinicole. E la prova della bontà della nostra iniziativa sono i risultati fin qui ottenuti, che vanno ben al di là delle aspettative iniziali».

Un'iniziativa che, puntualizza Gilberti, assicura i maggiori vantaggi ai piccoli allevatori che sono destinati ad avere sempre minore potere contrattuale in ogni sede negoziale. «Non siamo una sorta di armata Brancaleone - continua - e chi ci bolla in questo modo sbaglia perchè non vede le grandi opportunità che

il nostro progetto di aggregazione può garantire. Per noi è importante arrivare ad avere una uniformità di prodotto che si può ottenere anche attraverso una riduzione della genetica, ma anche adottando una alimentazione omogenea. Tutto questo non può che portare ad un miglior prodotto da trasformare». Sono oltre 60 i soci di Assocom, l'associazione di produttori di cui Gilberti è presidente, che in poco più di due anni hanno incrementato il fatturato iniziale, il numero dei suini consegnati ai macelli e quello dei clienti. La loro dislocazione non è circoscritta alla sola provincia di Brescia, ma si posiziona in tutta la Lombardia, nel Piemonte e in Emilia Romagna.

«Abbiamo realizzato una struttura in grado di seguire il socio e il cliente - conclude Gilberti - al primo possiamo garantire l'acquisto delle materie prime destinate alla produzione di mangime a prezzi concorrenziali, al pari delle attrezzature per la porcilaia, a cui si aggiungono corsi formativi di management per migliorare la propria professionalità. Al secondo una collaborazione costante. Crediamo che con i macellatori si debba dialogare e insieme trovare il modo per sviluppare sinergie costruttive».

■ **A.Mo.**

no a quando gli allevatori non riusciranno a recuperare liquidità sarà difficile fare previsioni di rilancio per il settore». Già, gli allevatori. Da anni ormai nell'occhio di un ciclone che invece di esaurire la sua forza, anche con l'aumento del prezzo dei mangimi, sembra accumularne sempre di più. «Il problema non è solo quello di chiedere dilazioni ai mangimisti - interviene **Gabriele Pomari**, allevatore di Verona - la grande emergenza è rappresentata dalla richiesta ai ma-

cellatori di anticipi sui pagamenti, un cappio al collo dei suinicoltori che a mio avviso potrebbe solo peggiorare la situazione». Intanto, in un clima che comincia a odorare di anarchia, circola con sempre maggiore insistenza la voce che alcuni mangimisti, pur di vendere i loro prodotti, sono disposti ad applicare sconti fino a poco tempo fa impensabili. «E' vero - insiste il suinicoltore veronese - ho avuto notizia di riduzioni addirittura del 12-13% rispetto a quanto il

mangime veniva venduto solamente un anno fa. Per quello che mi riguarda cerco di andare avanti con le mie forze, anche se il rischio di un'espansione delle soccide si fa sempre più concreto e il numero degli ingrassatori che stanno chiudendo o dei cicli riproduttivi che riducono il numero di scrofe presenti in porcilaia aumenta ogni giorno di più. L'alternativa? Le associazioni di produttori e una maggiore coesione tra allevatori: una cosa, quest'ultima, mai avvenuta

ma a cui si dovrà arrivare se si vuole far sopravvivere questa attività». Ma gli effetti del caro-mangimi non si fermano qui.

«Quando è possibile - puntualizza **Omar Gobbi**, ingrassatore di Leno (Bs) - si cerca di ridurre sui costi di alimentazione e anche se fortunatamente a me non è capitato so di alcuni colleghi che, in difficoltà per saldare le fatture, hanno venduto i maiali al mangimificio. Il vento spira contrario, ma cambierà. Ne sono certo». ■

## [ BANCHE Il prestito può attendere

**P**rudenza. E' questa la parola d'ordine che circola tra gli istituti di credito quando un suinicoltore si presenta allo sportello chiedendo un prestito per poter continuare a lavorare. Nessuna banca oppone un rifiuto netto, ma l'invito, rivolto all'allevatore di turno, è quello di temporeggiare in attesa di tempi migliori. «Gli istituti di credito non ci stanno aiutando - lamenta qualche allevatore - e in giro circola la voce che il nostro sia visto come un settore ad alto rischio». Una voce fuori dal generale coro di attenzione però c'è. Anche se l'iniziativa adottata dal Banco di Brescia è rivolta a quei suinicoltori che hanno subito i cosiddetti

danni indiretti causati dalla malattia Vescicolare. «Nel giro di due giorni, su una specifica richiesta della Coldiretti - spiega **Mauro Porrino** - abbiamo stanziato un plafond di 10 milioni di euro. Stiamo raccogliendo le prime domande da parte degli allevatori che intendono usufruire di questo prestito, in pratica un fido di cassa della durata complessiva di cinque anni che prevede un appoggio finanziario pari al 100% del danno subito, purchè certificato dal veterinario, con un limite massimo di 200mila euro per ogni allevatore. In tempi così difficili, crediamo di aver dimostrato verso il settore molta sensibilità». E il tasso applicato al prestito? «E' agevolato, a cadenza variabile, oggi oscillante intorno al 5,5%. Meglio di un mutuo ipotecario». ■ **A.Mo.**

[ ZOOTECNIA ] Sui rincari parla la filiera: allevatori, distribuzione e trasformazione

# Prezzi al consumo, un maiale non vale quanto un prosciutto

[ DI ANNA MOSSINI ]

«**F**atto 100, il 48% del valore della carne suina va alla gdo, una percentuale troppo elevata che noi contestiamo». Così **Maurizio Milani**, presidente della sezione suinicola dell'Apa di Treviso. «Per noi la situazione è devastante - continua - e come sempre siamo i più penalizzati.

Considerati tutti i passaggi dalla produzione al banco di vendita per noi la perdita si aggira intorno ai 30 punti, mentre per gli industriali oscilla intorno al 6-7%. Etichettatura obbligatoria e pagamento della carcassa a peso morto sono per noi elementi imprescindibili, diversamente dovremmo concludere che un suinicoltore con un ottimo prodotto alla fine realizza molto meno di chi produce qualcosa di più scadente.

Le analisi che abbiamo svolto come Apa ci confermano che la grande distribuzione cooperativa, sorta con l'obiettivo di ridurre l'aumento dei costi per l'intermediazione tra produzione primaria e consumatore, in realtà impone al produttore e al consumatore i propri prezzi creando un enorme divario fra ciò che realizza il produttore e quello che paga il consumatore. I numeri sono eloquenti. Nel 2007 la gdo ha acquistato il prosciutto a circa

7,5 euro/kg. Presupponendo uno scarto nel dettaglio al banco del 30% pari a circa 2,2 euro/kg, occorre riflettere sul margine incamerato dal dettagliante, considerato il prezzo al consumo pari a 22 euro/kg. La nostra proposta - conclude Milani - è quella di arrivare all'adozione di una chiara etichettatura della carne cercando di valorizzare il prodotto nazionale e modificare la *norma salumi* che attualmente sembra favorire il prodotto d'importazione a svantaggio del più pregiato prodotto nazionale e provocatoriamente riportare in etichetta il doppio prezzo, quello al banco e quello alla produzione».

## [ IL PARERE DELLA GDO ]

«Fornire informazioni cercando di spostare altrove le responsabilità non serve a nulla. Nella filiera della carne suina non esistono anelli più o meno forti. Esiste invece la necessità di fornire al mercato indicazioni esatte e trasparenti». **Marco Guerrieri**, responsabile del settore acquisti di Coop Italia non ha dubbi: quella sui rincari della carne suina e dei prodotti trasformati che arrivano sul banco della grande distribuzione a danno degli allevatori è una polemica strumentale. «La chiarezza è alla base di tutto - puntualizza -

Una perdita di 30 punti percentuali nei vari passaggi secondo il mondo produttivo

proprio per questo bisogna partire dalla consapevolezza che esiste un valore del prodotto all'origine che necessariamente è differente da quello al banco di vendita.

È evidente che non tutte le parti dell'animale vivo vengono utilizzate per l'alimentazione umana: l'eliminazione di quelle non edibili porta ad un raddoppio del valore di ciò che resta, che a sua volta viene ulteriormente lavorato, trasformato, valorizzato con un aggravio di costi aggiuntivi. Se poi a tutto questo sommiamo le spese legate ai trasporti, alla stagionatura, alla promozione è evidente che i prezzi non possono che lievitare.

Tutto questo altro non è che un processo naturale, e non deve scandalizzare nessuno, tant'è vero che al tavolo di confronto con Mister Prezzi, il garante della sorveglianza dei prezzi, lo stesso Antonio Liroli non ha avanzato nessun tipo di contestazione».

«A volte si rischia di scatenare polveroni inutili e danno-

si - interviene **Gianni Mozzoni**, presidente della cooperativa di macellazione Italcarni - perchè non è corretto affermare che un prosciutto crudo vale venti volte un maiale appena macellato: bisogna considerare che il prodotto finale subisce una lavorazione, una trasformazione e una stagionatura che ne determinano il valore aggiunto».

## [ E QUELLO DELL'INDUSTRIA ]

«L'auspicio - continua Mozzoni - è che le carni suine italiane, nei prezzi al consumo, riescano a trovare una giusta gratificazione perchè purtroppo, negli ultimi 12-13 anni, esse non hanno seguito l'inflazione che si è attestata al 30%, ma si sono fermate a un ben più misero 23%. Un auspicio che forse non farà contenti i consumatori, i quali però devono anche essere correttamente informati sui valori organolettici e nutritivi delle carni suine italiane, che vengono vendute a prezzi molto vicini a quelli applicati all'avicolo e ancora molto lontani dal bovino». E l'etichettatura obbligatoria può rappresentare un ulteriore valore aggiunto? «Sì - conclude Mozzoni - a patto che si abbandonino certi fanatismi. Se per il prodotto fresco l'origine è qualificante non è detto lo sia per il prosciutto».