

Prezzo del latte: un annoso problema per nuovi soggetti

Anche l'osservatore più sprovveduto, imbattendosi nei grafici che visualizzano l'andamento del prezzo del latte alla stalla corrisposto al produttore, e del prezzo al consumo pagato per portare il latte sulle nostre tavole, è in grado di cogliere la distanza che separa l'uno dall'altro. Se poi amplia la sua visione, prestando attenzione ai prezzi all'ingrosso e al dettaglio di alcuni formaggi (sia molli sia soggetti a stagionatura, quali Crescenza, Gorgonzola, Provolone, Grana Padano), può formulare con facilità una considerazione non controvertibile: i prezzi al consumo levitano, anche quando i prezzi all'ingrosso o, nel caso del latte, alla stalla, tendono alla stabilità o, addirittura, al ribasso.

Sappiamo con chiarezza che parlare di prezzo del latte (e dei prodotti derivati) significa muoversi su un terreno assai complesso, governato da fattori appartenenti alla politica, alla finanza, alla macro e micro-economia: una serie di variabili non sempre prevedibili e non sempre disciplinate.

Lungi da noi, quindi, l'intenzione di banalizzare un problema che implica un sistema infinito di relazioni. E' opportuno, però, di fronte all'ampliarsi della forbice dei prezzi, ragionare sulla ridistribuzione di alcune responsabilità fra gli "attori" più importanti di questo settore agro-alimentare: Produttori, Industriali, Grande Distribuzione.

Se i prezzi al consumo levitano, non siamo di fronte a responsabilità imputabili ai produttori: i produttori hanno registrato un ribasso del prezzo del latte alla stalla, sobbarcandosi gli oneri necessari per rendere, di contro, sempre migliore la qualità della produzione e per aumentare la produttività per capo, spesso con investimenti forti nella gestione della stalla.

La responsabilità è da attribuire, piuttosto, alla Grande Distribuzione e all'Industria che non ha mediato questa tendenza, né si è adattata alle necessità nuove insorgenti dai cambiamenti della rete distributiva.

Non è nostra intenzione criminalizzare i prezzi: se un prezzo alto al consumo è la giusta retribuzione della buona qualità della materia prima e della buona fattura che porta al prodotto finito, esso diventa una garanzia. Se invece l'apprezzamento è solo unilaterale, se cala il prezzo alla stalla e aumentano, di contro, la remunerazione delle spese di promozione e il margine della GDO, al punto che questi eguagliano il costo della materia prima, allora il contributo alla causa della qualità è imperfetto e sbilanciato.

La qualità, non ci stancheremo mai di dirlo, nasce alla stalla e va conservata, rispettata e apprezzata equamente fino alla fine del "viaggio" del prodotto verso di noi.

La qualità è quindi un obiettivo che si costruisce per moduli: il primo, il più importante, si scrive alla nascita del prodotto; "tracciabilità", "territorialità", "origine garantita" sono parole chiave che devono trovare rappresentanza nel prezzo iniziale e finale del prodotto.

Questo ciclo "virtuoso" della qualità del prodotto va controllato e gestito, direi governato, allargando la base decisionale che porta alla fissazione del prezzo del latte.

Accanto (e oltre) i meccanismi di indicizzazione, io credo sia importante invitare al tavolo delle contrattazioni nuovi soggetti, vigili preziosi della genuinità delle merci e del rispetto della salute: i Consumatori, portatori di interessi non solo pecuniari, ma di una visione che accosta l'idea di una "campagna amica" al ben essere, al ben vivere.

angelorossi@clal.it

novembre '02