

» La crisi in tavola L'esperto: meno intermediari e più competizione

Il flop della Wto arriva al supermarket E il caro-pasta corre

MILANO — Basta un giro in un supermercato qualunque: il reparto «pasta» mette in evidenza nelle targhette dei prezzi quanto l'Istat e le associazioni dei consumatori vanno dicendo da tempo. Se un pacco da mezzo chilo di Barilla costava nel 2007 59 centesimi, oggi arriva a quota 87. Stessa cosa per pasta Garofalo: 79 contro 1,09 euro di questi giorni. Pasta Divella è passata da 45 centesimi a 65. E la situazione non cambia per il pane: il prezzo a luglio è cresciuto del 13% e in qualche città comprare un chilo di una pagnotta di grano duro può voler dire sborsare più di quattro euro.

Insomma, i continui rincari delle materie prime e l'aumento dell'inflazione sono fotografati lì, negli scaffali in cui almeno una volta alla settimana la gente va a dare un'occhiata per capire se è il caso oppure no. Comprare o aspettare una di quelle offerte reclamizzate nella cassetta della posta.

Ma quanto dureranno questi aumenti? E soprattutto, i prezzi lieviteranno ancora? «È in atto una crisi generale — spiega Andrea Segrè, professore di politica dello sviluppo agricolo e preside della facoltà di Agraria dell'Università di Bologna — e il fallimento della Wto è un esempio. I grandi players in campo agricolo alimentare non si mettono d'accordo. È cresciuta la domanda da parte dei paesi emergenti, questo è noto, ma ciò che è meno noto è che Cina, India stanno adottando i nostri stessi metodi di consumo». Sbagliando: di fatto acquistiamo, e tanto, senza pensare ai limiti delle nostre risorse.

A tutto ciò poi si aggiunge una situazione economicamente difficile in cui «sono penalizzati i consumatori — precisa l'esperto — ma anche gli agricoltori, perché i costi di produzione sono aumentati anche per loro». Bisogna coinvolgere

i mercati, i consumatori, le imprese, le istituzioni, aggiunge Segrè «in modo che sia visibile a tutti l'erronea adozione di un modello economico insostenibile». Come spezzare la catena? «La filiera potrebbe essere più efficiente diminuendo gli intermediari e i passaggi che moltiplicano il prezzo e non arricchiscono il prodotto — specifica Segrè,

che ha da poco pubblicato un libro dal titolo "Elogio dello -spr+eco. Formule per una società sufficiente". - Quello che è sotto gli occhi di tutti è che il consumatore comincia a essere attento ai prezzi, compra i prodotti vicini alla scadenza e maggiormente scontati e acquista alimenti freschi, come l'insalata, non confezionata». Ma non basta. «La pasta presumibilmente aumenterà ancora così come il pane. Siamo di fronte a un paradosso che ancora non riusciamo a risolvere».

La Coldiretti lo ha specificato pochi giorni fa: le nostre scorte di pane e pasta dureranno solo per sette mesi.

E i prezzi continuano ad aumentare: negli ultimi 20 anni, sempre secondo l'associazione, il pane costa 419 volte di più. Un dato di non poco conto se si calcola che gli italiani sono i maggiori consumatori di pasta e pane a livello mondiale con una media di 27 e 66 chili l'anno a testa. Numeri, di questo passo, destinati a cambiare.

Corinna De Cesare

