

[MERCATO] 30mila euro/anno di mancati ricavi a Mantova rispetto a Modena e Milano

Suinetti, prezzi a due velocità

[DI MASSIMO BATTISTI]

Circa 30mila euro l'anno di mancati ricavi per gli allevatori mantovani di scrofe rispetto ai loro colleghi delle province limitrofe. È il dato che balza all'occhio confrontando i listini degli ultimi quattro anni delle principali borse merci italiane che trattano le quotazioni, nella fattispecie Mantova, Modena e Milano, sedi contrattuali nelle quali si tratta la stragrande maggioranza delle compravendite di suini da ristallo made in Italy.

Confrontando i listini delle tre piazze e prendendo ad esempio le categorie dei suinetti di 30 kg e 50 kg di peso, si nota come anche nelle ultime settimane Mantova paghi rispettivamente 6 e 4 centesimi in meno al chilo rispetto a Modena, mentre il divario con Milano risulta più contenuto per i suinetti da 50 kg, 2-3 centesimi, ma sensibilmente più ampio per la categoria di 30 kg (fino a 12 centesimi in meno).

A conti fatti, quindi, un allevatore di scrofe mantovano che alleva 500 fattrici e vende mediamente 10mila suinetti l'anno, perde, rispetto a un collega modenese, dai 2 ai 3 euro per suinetto, con un risultato finale di 20-30mila euro di mancati ricavi all'anno. Differenze significative, che hanno spinto tre componenti su quattro dei rappresentanti dei venditori nella commissione prezzi dei suinetti della borsa merci mantovana a dimettersi in aperta contrapposizione alla stessa

Dopo le dimissioni dei rappresentanti degli allevatori (non tutti) la commissione di Borsa continua a riunirsi



borsa merci. Oramai da tempo – dicono gli allevatori dimissionari – sulla piazza di Mantova si fissano quotazioni per i suinetti largamente inferiori alle

[MERCATI SUINI A CONFRONTO*

MERCATO	MANTOVA		MODENA		MILANO	
CATEGORIA	30 kg	50 kg	30 kg	50 kg	30 kg	50 kg
2010	2,15	1,6	2,25	1,71	2,2	1,62
2011	2,161	1,653	2,256	1,711	2,258	1,661
2012	2,634	1,985	2,661	2,011	2,732	2,008
2013 (primi 9 mesi)	2,561	1,901	2,597	1,934	2,726	1,919

(media annuali dei prezzi in €/kg. Fonte: Ersaf Lombardia)

altre province di riferimento. Divario evidenziato più volte in sede camerale, senza tuttavia arrivare mai a un adeguamento.

Con il loro abbandono gli allevatori dimissionari hanno cercato di far decadere la Commissione, ma il tentativo è fallito, a causa del comportamento contraddittorio di uno dei componenti di parte vendi-

trice che, dopo aver annunciato le proprie dimissioni, al momento di sottoscrivere si è defilato, continuando a frequentare la commissione prezzi e di fatto tenendola a galla. Ecco perché a Mantova in queste settimane la borsa merci camerale continua a fissare prezzi, pur in presenza di una sede contrattuale più che zoppa, avendo al suo interno una preponderanza di componenti di parte acquirente.

Andato a vuoto il tentativo di far decadere l'oggetto del misfatto, in questi giorni a Mantova si registrano incontri più o meno formali tra organizzazioni degli allevatori e gli uffici camerali. Obiettivo, trovare una squadra in vista delle prossime nomine in vigore da gennaio 2014. Ma oramai pare più che certo che per eliminare le differenze registrate fra più piazze si debba arrivare, come per i suini da macello, a una Commissione unica nazionale, strada obbligata da percorrere, a parere di molti allevatori, per definire finalmente un prezzo unico di riferimento senza penalizzazioni per i produttori mantovani.

[POLLI Una chat con l'allevatore

Amadori propone un dialogo a tutto campo con i consumatori, apre le porte dei suoi allevamenti con 3 webcam attive 24 ore su 24 in diretta sugli allevamenti del pollo Campese e una "chat con l'allevatore", pronto a rispondere a tutte le curiosità dei clienti.

Novità abbinata a un packaging rinnovato – sottolinea il gruppo – nell'ambito della campagna di rilancio dei prodotti top: il pollo Campese allevato all'aperto e la linea 10+ di pollo e tacchino senza ogm e totalmente tracciabile. Tra le innovazioni, anche il QR Code, che permette di andare dal pack direttamente sull'allevamento on line, «nell'intento di andare sempre più incontro alle esigenze del consumatore moderno».

■ B.T.