

## ECONOMIA

# Prodotti sicuri in tavola Coop diventa «tracciabile»

- «Origini trasparenti» è la campagna che informa i consumatori sulla provenienza delle materie prime degli alimentari «private label»
- Basta chiedere via web o nei punti vendita

M. FR.  
Twitter @MassimoFranchi

Prima in Italia «e forse in Europa», Coop Italia lancia la tracciabilità sui prodotti a marca commerciale. Dal latte alle banane, dai biscotti alle uova, dalla pasta al cacao, dalla carne alla farina, qualunque consumatore potrà sapere da dove vengono le materie prime che compongono quelli con il marchio Coop. Prodotti che rappresentano il 26,5 per cento del totale delle vendite nei supermercati della prima catena distributiva italiana per un fatturato di 3 miliardi l'anno. Se i cosiddetti «private label» per alcune catene inglesi rappresentano addirittura il 50 per cento delle vendite, in Italia le percentuali sono molto inferiori, ma anche qui Coop svetta rispetto alla media italiana, attestata al 16 per cento.

La campagna si chiama «Origini trasparenti» e si basa su un sito dedicato ([www.cooporigini.it](http://www.cooporigini.it)) online da ieri pomeriggio in cui basterà inserire il nome (preciso) del prodotto o il suo codice a barre (fotografato tramite lo smart phone

usando la App scaricabile) per vedere sulla cartina da dove provengono le materie prime.

## LUOGHI COMUNI

È tutt'altro che una campagna pubblicitaria. Perché le sorprese e lo sfatare luoghi comuni radicati può addirittura far vacillare il consumatore. Scoprire ad esempio che buona parte delle semole usate per le paste non sono italiane, che il latte vaccino usato per tantissimi prodotti caseari non proviene dal Belpaese può risultare spiazzante. Ma anche qui si scopre qualcosa: «L'Italia non è in grado di coprire il fabbisogno interno di materie prime, solo per vino, riso, frutta e insaccati siamo autosufficienti, per il resto non lo siamo mai stati e sarebbe antistorico puntarci», spiega il professor Marco Zuppiroli dell'università di Parma che ha curato i due anni di ricerche dietro al progetto. «Il problema è dunque quello di alzare gli standard dei paesi da cui si importa.

«La nostra è una scelta volontaria - spiega il presidente Marco Pedroni - per-

ché crediamo che il mercato in questo modo migliore e noi possiamo avere qualche vantaggio se i consumatori hanno più informazioni. Era molto facile continuare a dire che il 90 per cento dei nostri prodotti vengono da imprese italiane. Invece diciamo che il 60 per cento delle materie prime è italiane: una cosa scomoda, ma scommettiamo sulla consapevolezza dei consumatori». Anche l'altra ragione che ha spinto Coop al progetto è scomoda: «Vogliamo poi dare uno stimolo alla filiera italiana per produrre miglioramenti per una collaborazione vera fra agricoltura, industria di trasformazione e catene di distribuzione, ma trasferendo valore aggiunto sul consumatore». Le prime reazioni sembrano positive, come positivo è il fatto che gli unici cambiamenti che hanno preceduto la partenza del progetto riguardano «la scelta di eliminare alcune materie prime per il timore di controlli poco efficaci su prodotti alimentari provenienti dalla Cina o da ex repubbliche sovietiche». Niente in Italia.

Una scelta che trova il plauso del presidente della commissione Agricoltura del Parlamento europeo, l'ex ministro Paolo De Castro: «Informare non significa condizionare le scelte, come volevano gli inglesi introducendo il semaforo: il sistema per cui livelli di grasso, sali o zuccheri portavano a bollare come rosso e sconsigliato al consumatore prodotti come il parmigiano».



Una manifestazione sindacale davanti all'Electrolux

## «Il governo fermi i tagli di Electrolux»

MASSIMO FRANCHI  
ROMA

Mentre i sindacati, dopo aver proclamato 16 ore di sciopero, bollano il piano aziendale come «inaccettabile», contro i tagli del colosso svedese degli elettrodomestici Electrolux si muovono le Regioni. Prima fra tutte quel Friuli da cui il colosso svedese comprò nel 1984 la Zanussi e che ora rischia di pagare il conto più grosso sugli esuberanti stabilimenti di Porcia, con i suoi 1.160 addetti che fabbricano frigoriferi.

**Presidente Serracchiani, lei ha scritto una lettera al governo assieme agli altri presidenti di Regione coinvolti nella vertenza. Per chiedere cosa?**

«Ho spedito una bozza di lettera ai colleghi Vasco Errani, Luca Zaia e Roberto Maroni per convocare un tavolo nazionale con azienda, sindacati e istituzioni del territorio. Per evitare quello che è successo anche recentissimamente nelle vertenze come Ideal Standard dove le Regioni sono state lasciate sole a trattare con le multinazionali, a farsi la guerra fra di loro nell'offrire di più per scontare un po' di esuberi rispetto ad altri territori».

**E invece con Electrolux cosa puntate a fare? Perché dovrebbe andare diversamente?**

«Puntiamo a fare gruppo, squadra, massa critica e insieme al governo stabilire una strategia comune. Qui siamo di fronte ad una multinazionale che enuncia un piano industriale in cui, oltre agli esuberanti già decisi (461, calcolano i sindacati oltre ai 1.200 decisi a marzo e gestiti con i contratti di solidarietà, ndr) annuncia di mettere sotto osservazione tutti gli stabilimenti italiani per sei mesi prima di decidere quali chiudere. Abbiamo quindi una necessità immediata di trovare una terapia d'urto che ci permetta di dare risposte e trovare soluzioni alternative».

**A cosa sta pensando in concreto? Ci sono misure adottabili in tempi stretti?**

«Se devo dare un'indicazione di massima credo che lo strumento più veloce e meno burocratico sia quello di riattivare il fondo di decontribuzione per i contratti di solidarietà: è il modo migliore per gestire ristrutturazioni di questo tipo. Il fondo attivato nel 1996 non è più stato rifinanziato dal 2006 e invece permetterebbe all'azienda di tagliare il costo del lavoro anche del 20-30 per cento, consentendo al maggior numero di lavoratori possibile di rimare al proprio posto, seppur ad orario ridotto».

**E il governo cosa dovrebbe fare? I tavoli di crisi spesso si risolvono in mera gestione degli ammortizzatori sociali...**

«Il governo deve intervenire con azioni selettive, fare scelte precise e decise. Sappiamo che quello degli elettrodomestici e del cosiddetto bianco è un settore schiacciato da anni, che ha perso marchi importanti, ma che rimane fon-

## L'INTERVISTA

### Debora Serracchiani

**La presidente del Friuli chiede la mobilitazione delle Regioni «Non possiamo subire passivamente le decisioni della multinazionale»**



damentale nel nostro Paese. Il governo lo deve riconoscere come strategico e decidere interventi seri ed incisivi. A differenze della legge di stabilità che sul cuneo fiscale fa poco, serve coraggio: niente soldi a pioggia, ma fondi per riconvertire, innovare i processi produttivi, incentivare in modo largo. Senza pensare che bastino solo gli ammortizzatori sociali».

**Converrà che ai lavoratori che stanno rischiando il posto tutto questo non basta...**

«Lo so benissimo e su questo c'è la consapevolezza assoluta di tutti i presidenti di Regione. Appoggiamo completamente la loro lotta e l'opposizione radicale al piano. Però noi amministratori dobbiamo andare oltre. Sull'analisi delle ragioni della crisi siamo tutti d'accordo: scontiamo il ritardo in infrastrutture, l'elevato costo dell'energia e la differenza di costo del lavoro che porta a delocalizzare all'Est. Gli svedesi hanno tirato una riga sul foglio e l'Italia sta fuori. Serve puntare sui prodotti ad alto valore aggiunto, di alta gamma. Ma serve tempo. E tempo non ce l'abbiamo».

**A ferragosto l'azienda fece notizia per lo straordinario comandato nello stabilimento trevigiano di Susegana...**

«Sì, ma i segni della crisi c'erano tutti, come per l'intero settore. Noi da tempo avevamo individuato il rischio Electrolux, ne parlai informalmente anche con il ministro Zanonato».

**Per il Friuli Electrolux vuole dire Zanussi. Un marchio storico che non esiste più.**

«Sì, è un pezzo di storia della nostra Regione che prima ha cambiato nome e ora rischia di essere perduto. Con la Zanussi è nato il boom economico, si può dire quasi dell'intera provincia di Pordenone. E faremo di tutto per difenderlo».

30 OTTOBRE 2013. GIORNATA MONDIALE DEL RISPARMIO.

**BUONI E LIBRETTI POSTALI.**  
IL VALORE DEL RISPARMIO SI IMPARA DA PICCOLI.



Poste italiane e Cassa depositi e prestiti contribuiscono da sempre a diffondere, anche tra i più giovani, la conoscenza del risparmio come corretto stile di vita per migliorare il nostro futuro. E oggi, in occasione dell'89ª Giornata Mondiale del Risparmio, Poste italiane e CDP sono presenti in 120 scuole con l'iniziativa «Una storia fatta aposta», coinvolgendo alunni, insegnanti e genitori. Un progetto didattico che darà vita a un libro in cui verranno raccolti disegni, racconti, fotografie, vignette e tanto altro materiale realizzato in classe. Insegna anche tu il valore del risparmio ai tuoi bambini e scopri i **Buoni e Libretti Postali**, emessi da Cassa depositi e prestiti e garantiti dallo Stato italiano.

**cdp**  
Cassa depositi e prestiti

**Posteitaliane**