

Il prezzo che non fa il contadino

Dal campo al carrello: chi decide quanto guadagna chi produce il cibo



CONTROPOTERE
un libro di Alessio Farinella



Il prezzo che non fa il contadino

Dal campo al carrello: chi decide quanto guadagna chi produce il cibo

Alessio Farinella

Indice

Prefazione – Perché questo libro ti riguarda, anche se pensi di no	2
Capitolo 1 – Il viaggio di un prodotto dal campo al carrello	6
Capitolo 2 – Il potere della grande distribuzione ..	10
Capitolo 3 – Le aste al doppio ribasso	14
Capitolo 4 – Pratiche commerciali sleali	18
Capitolo 5 – Le regole europee: la direttiva sulle pratiche sleali (2019)	22
Capitolo 6 – Il caso del grano e della pasta	26
Capitolo 7 – Le filiere corte come alternativa	30
Capitolo 8 – Le obiezioni, trattate con onestà	34
Capitolo 9 – Cosa si potrebbe fare	39
Capitolo 10 – Cosa puoi fare tu, adesso	43
Nota sulla trasparenza nell'uso dell'intelligenza artificiale	47

Prefazione — Perché questo libro ti riguarda, anche se pensi di no

Un pacco di pasta

Prova a fare una cosa semplice. La prossima volta che vai al supermercato, guarda il prezzo di un pacco di pasta da mezzo chilo. È probabile che costi più o meno quanto costava un anno fa. Forse anche di più.

Ora prova a immaginare il contadino che ha coltivato il grano dentro quel pacco. Negli ultimi anni, il prezzo che gli hanno pagato per il suo grano è crollato — in certi periodi anche del 35-40% rispetto a qualche anno prima. In alcune campagne, il prezzo pagato all'agricoltore non ha nemmeno coperto quello che gli è costato produrlo: lo racconteremo con dati precisi nel Capitolo 6.

Fermati un attimo su questa domanda, perché è il cuore di questo libro: **se il grano costa sempre meno a chi lo coltiva, perché la pasta non costa meno a te?**

La risposta non è un mistero, e non serve una laurea in economia per capirla. Serve solo che qualcuno te la spieghi con parole semplici. È quello che proviamo a fare in questo libro.

Non è solo la pasta

Potremmo aver parlato di pasta, ma la stessa domanda vale per il latte, per il pomodoro, per l'olio, per la

carne. Ogni volta che compri un prodotto alimentare, quel prodotto ha fatto un viaggio: un campo, un trattore, un camion, una fabbrica, un altro camion, uno scaffale. Lungo questo viaggio, il prezzo finale che tu paghi si divide tra diversi soggetti — chi coltiva, chi trasforma, chi trasporta, chi vende.

Il punto di questo libro non è dirti che uno di questi soggetti è «cattivo» e un altro è «buono». Il punto è mostrarti, con fatti verificabili, **chi ha davvero il potere di decidere il prezzo**, lungo questa catena — e chi, invece, quel prezzo lo subisce, senza quasi nessun margine di trattativa.

Il potere non è distribuito allo stesso modo

Immagina una catena con tanti anelli: il contadino, il trasformatore (chi fa la pasta, il formaggio, la conserva), il trasportatore, e infine il supermercato che ti vende il prodotto. Immagina che uno solo di questi anelli sia enorme, e tutti gli altri siano piccoli.

In Italia è più o meno così. Da un lato ci sono centinaia di migliaia di piccole e medie aziende agricole. Dall'altro lato, solo pochi grandi gruppi della distribuzione — i supermercati che conosci, riuniti spesso in centrali d'acquisto comuni — controllano oggi la stragrande maggioranza delle vendite alimentari italiane. Lo vedremo con numeri precisi nel Capitolo 2.

Quando un anello della catena è enorme e gli altri sono piccoli, chi ha la forza per imporre le condizioni? Non serve un esperto per rispondere: chi è più grande. Non perché sia malvagio — è così che funziona qualunque trattativa tra un soggetto forte e uno debole, in qualunque settore. Ma capire questo meccanismo cambia il modo di guardare al prezzo di quello che mangi ogni giorno.

Non è un discorso ideologico

In questo libro non ti chiediamo di odiare i supermercati, né di smettere di fare la spesa dove la fai sempre. I supermercati esistono anche perché, nel bene e nel male, hanno reso il cibo accessibile a milioni di famiglie italiane, con prezzi spesso più bassi di quelli di un piccolo negozio. Lo diremo con onestà, con dati alla mano, nel capitolo dedicato alle obiezioni: la grande distribuzione ha anche argomenti veri dalla sua parte, non solo colpe.

Quello che vogliamo raccontarti è più preciso: esistono pratiche commerciali concrete — aste che spingono i prezzi sotto il costo di produzione, pagamenti che arrivano dopo mesi, contributi «promozionali» imposti senza vero accordo — che per anni hanno scaricato il rischio economico della filiera alimentare quasi tutto su chi sta all’inizio della catena: l’agricoltore. Alcune di queste pratiche oggi sono vietate per legge. Altre restano, in forme più sottili. Te le racconteremo una per una, con esempi concreti.

Perché nessuno te lo spiega mai così

Se non hai mai sentito parlare in modo chiaro di «aste al doppio ribasso» o di «pratiche commerciali sleali», non è perché siano concetti troppo complicati per te. È perché sono argomenti tecnici, che restano quasi sempre confinati tra addetti ai lavori — agricoltori, associazioni di categoria, avvocati specializzati — e raramente arrivano spiegati bene al pubblico generale, con parole di tutti i giorni e con esempi presi dalla spesa che fai ogni settimana.

Eppure ti riguardano direttamente. Riguardano il prezzo che paghi. Riguardano se, tra vent'anni, in Italia ci saranno ancora piccoli agricoltori che possono vivere del proprio lavoro, o solo grandi gruppi industriali che coltivano su scala enorme perché sono gli unici che possono permettersi di lavorare con margini così stretti.

Capire per poter scegliere

Non ti diciamo che, da solo, puoi cambiare l'intera filiera alimentare italiana leggendo questo libro. Ma capire come funziona un meccanismo è sempre il primo passo per poterlo cambiare, o almeno per poter scegliere con consapevolezza — quando fai la spesa, quando leggi un'etichetta, quando decidi se firmare una petizione o sostenere un mercato contadino vicino a casa tua.

Nei capitoli che seguono ti racconteremo il viaggio di un prodotto dal campo al carrello, il potere della grande distribuzione, le aste al doppio ribasso e le altre pratiche commerciali sleali, le regole europee e italiane che provano a limitarle, il caso concreto del grano e della pasta, e le filiere corte come alternativa possibile. Affronteremo con onestà anche le obiezioni più serie a questa tesi. E nell'ultimo capitolo ti diremo cosa puoi fare tu, da subito, con quello che avrai imparato.

Questo libro è gratuito e pensato per essere condiviso. Fa parte della collana **Contropotere**, che racconta con parole semplici meccanismi che riguardano la vita di tutti, ma che quasi mai vengono spiegati con la chiarezza che meritano.

Buona lettura.

Capitolo 1 — Il viaggio di un prodotto dal campo al carrello

Un chilo di pomodori, quattro tappe

Immagina un pomodoro. Nasce in un campo, cresce, viene raccolto. Da lì, prima di finire nel tuo carrello sotto forma di passata, quel pomodoro fa un viaggio con quattro tappe principali. Ogni tappa è gestita da un soggetto diverso, e ogni soggetto si prende una parte del prezzo finale.

Prima tappa: il produttore. È l'agricoltore, l'azienda agricola che coltiva il pomodoro. Semina, cura la pianta, raccoglie. Sostiene i costi più diretti e più rischiosi: sementi, acqua, energia per irrigare, lavoro nei campi, macchinari. Se grandina, se non piove abbastanza, se il raccolto va male, il rischio è quasi tutto suo.

Seconda tappa: l'industria di trasformazione. Il pomodoro appena raccolto non può stare su uno scaffale per mesi. Va lavorato: cotto, imbottigliato, conservato. È il compito delle industrie alimentari — i pastifici per il grano, i caseifici per il latte, le conserviere per il pomodoro. Trasformano la materia prima in un prodotto che si può vendere, trasportare, conservare a lungo.

Terza tappa: il distributore o grossista. Chi porta fisicamente il prodotto dal magazzino dell'industria fino al punto vendita. Camion, magazzini, logistica. Un lavoro che sembra invisibile, ma che ha un costo reale, e che oggi pesa parecchio: basti pensare al prezzo del carburante e all'energia per la catena del freddo.

Quarta tappa: la grande distribuzione organizzata. È il nome tecnico dei supermercati e degli ipermercati che conosci — Esselunga, Conad, Coop, Lidl, Carrefour, e le tante altre insegne che vedi ogni giorno. È l'ultimo anello prima di te. È anche, come vedremo nel prossimo capitolo, l'anello più forte di tutta la catena.

Dove nasce il prezzo che paghi tu

Il prezzo che vedi scritto sull'etichetta al supermercato non nasce per caso. È il risultato di quattro margini che si sommano, uno per ogni tappa: quello che guadagna l'agricoltore, quello che guadagna l'industria di trasformazione, quello che guadagna il trasporto, quello che guadagna il supermercato.

Facciamo un esempio concreto, con numeri reali che approfondiremo meglio nel Capitolo 6: su un pacco di pasta che costa in media circa 1,73 euro al chilo, la parte che va a chi ha coltivato il grano è stimata intorno a 50 centesimi. Il resto si divide tra chi trasforma il grano in semola, chi produce la pasta, e chi la vende al banco. È un esempio utile a capire una cosa semplice: **il prezzo finale non nasce tutto in un punto solo, ma si costruisce lungo tutta la catena — e non tutte le tappe hanno lo stesso potere di decidere quanto prendersi.**

Perché conta sapere chi fa cosa

Potresti pensare: che importanza ha, per me che faccio la spesa, sapere quante tappe ci sono prima che un prodotto arrivi sullo scaffale? Ne ha, per un motivo preciso: perché quando il prezzo di un prodotto sale, o quando il prezzo pagato al contadino scende, la domanda giusta da farsi non è «chi ha aumentato il prezzo?» in astratto. È «quale tappa della catena ha deciso, e con quale potere contrattuale rispetto alle altre?»

Non tutte le tappe sono uguali per dimensione. Ci sono centinaia di migliaia di piccole aziende agricole in Italia. Ci sono meno industrie di trasformazione, ma comunque molte, di dimensioni diverse. E ci sono, come vedremo, pochissimi grandi gruppi che controllano la grande distribuzione. Più un soggetto è concentrato — cioè meno sono i soggetti che si spartiscono il mercato — più ha forza per imporre le proprie condizioni agli altri anelli della catena.

Un'immagine per ricordarlo

Pensa a una catena vera, quella di ferro. Se un anello è enorme e spesso, e gli altri sono piccoli e sottili, chi tiene in mano tutta la catena, quando la tira, decide praticamente da solo quanto si allunga o si stringe. Gli anelli piccoli seguono, non decidono.

Questo non significa che gli anelli piccoli non contino nulla, né che l'anello grande sia per forza in malafede. Significa solo che, in una trattativa tra un soggetto enorme e uno piccolo, la forza contrattuale — cioè la capacità reale di dire «no, queste condizioni non mi vanno bene» e farla valere — non è distribuita in modo uguale. È una legge che vale in tutti i settori economici, non solo nel cibo. Ma nel cibo ha un effetto che tocca direttamente due categorie di persone: chi lavora la terra, e chi, come te, fa la spesa ogni settimana.

Cosa vedremo nei prossimi capitoli

In questo libro seguiremo esattamente questo filo: partiremo dal capire perché la grande distribuzione, l'ultimo anello della catena, è diventata quello con più potere contrattuale (Capitolo 2). Vedremo poi, con esempi concreti, quali strumenti usa — o ha usato in passato — per far pesare quel potere sugli altri anelli della catena: le aste al doppio ribasso (Capitolo 3) e altre pratiche commerciali definite «sleali» (Capitolo 4). Racconteremo le regole che l'Europa e l'Italia hanno messo in campo per limitarle (Capitolo 5), useremo il caso concreto del grano e della pasta per vedere tutto questo con numeri reali (Capitolo 6), e guarderemo a un'alternativa possibile: le filiere corte (Capitolo 7).

Prima di arrivare lì, però, dobbiamo capire bene un punto: perché la grande distribuzione è diventata, in Italia, così forte rispetto a tutti gli altri anelli della catena. È quello che vedremo nel prossimo capitolo.

Capitolo 2 — Il potere della grande distribuzione

Pochi, grandi, uniti

Nel capitolo precedente abbiamo visto che il prezzo di un prodotto alimentare si forma lungo quattro tappe, e che non tutte hanno lo stesso potere. In questo capitolo vediamo perché, in particolare, l'ultima tappa — la grande distribuzione organizzata, cioè i supermer-

cati — ha oggi in Italia una forza contrattuale che nessun'altra tappa della filiera può eguagliare.

Il motivo si riassume in una parola: **concentrazione**. Significa che poche aziende controllano una fetta enorme del mercato, invece che il mercato essere diviso tra tantissimi soggetti piccoli.

I numeri raccontano bene questa storia. Nel 2010, i primi sette gruppi della grande distribuzione italiana controllavano circa il 52% delle vendite alimentari del paese. Nell'ottobre 2025, quella quota è salita al 71%. In quindici anni, sette gruppi sono passati dal controllare poco più della metà del mercato al controllarne quasi tre quarti. Il fatturato complessivo della grande distribuzione alimentare italiana nel 2024 ha superato i 135 miliardi di euro.

Dall'altra parte della catena, invece, ci sono centinaia di migliaia di aziende agricole italiane, la maggior parte piccole o piccolissime, spesso a conduzione familiare.

Cos'è una centrale d'acquisto

C'è un dettaglio tecnico importante da spiegare, perché aiuta a capire meglio come funziona questo potere: molti supermercati con nomi e insegne diverse — che a te sembrano concorrenti tra loro — in realtà comprano insieme, attraverso quelle che si chiamano **centrali d'acquisto**. Sono organizzazioni comuni che negoziano i prezzi con i fornitori a nome di più insegne

insieme, per ottenere condizioni più vantaggiose grazie ai volumi enormi che rappresentano tutte insieme.

È un po' come se, invece di dieci negozi che trattano separatamente con un fornitore, si presentasse una sola voce che parla per tutti e dieci insieme. Per il fornitore — l'agricoltore, l'azienda che produce la conserva di pomodoro, il caseificio — la differenza è enorme: non sta più trattando con un singolo cliente, ma con un cliente che rappresenta una fetta gigantesca di tutto il mercato a cui può vendere. Se quella centrale d'acquisto dice no, per molti fornitori non esiste quasi alternativa.

Perché questo squilibrio conta

Immagina di dover vendere il tuo prodotto a un solo compratore, che rappresenta però il 70% di tutti i clienti a cui potresti mai vendere. Se quel compratore ti offre un prezzo basso, cosa fai? Potresti rifiutare, certo. Ma se rifiuti, dove vendi il resto della tua produzione? In molti casi, la risposta è: da nessuna parte, o quasi. Il rischio di restare con il magazzino pieno e nessun acquirente è troppo alto.

Questo è esattamente lo squilibrio che si crea quando un mercato è molto concentrato su un lato (pochi compratori enormi) e molto frammentato sull'altro (tantissimi venditori piccoli). In economia si parla, in casi estremi, di potere di mercato dell'acquirente: non serve che ci sia un solo compratore in assoluto, basta

che i compratori siano pochi e forti abbastanza da poter dire «prendere o lasciare» a un venditore che ha poche alternative reali.

Non è un'invenzione italiana, ma in Italia pesa in modo particolare

Questo tipo di concentrazione della distribuzione non riguarda solo l'Italia: è un fenomeno comune a molti paesi europei negli ultimi decenni, legato alla crescita dei grandi supermercati a scapito dei piccoli negozi di quartiere. Ma in Italia ha una caratteristica precisa: si è costruita attraverso reti, consorzi e alleanze tra insegne diverse, più che attraverso un'unica grande azienda dominante come accade in altri paesi. Il risultato pratico, per chi vende alla grande distribuzione, non cambia molto: pochi centri decisionali, enorme forza contrattuale.

Un potere che non è per forza un abuso

È importante essere onesti su un punto, che approfondiremo meglio nel capitolo dedicato alle obiezioni: avere potere contrattuale non significa automaticamente abusarne. Una grande distribuzione capace di negoziare prezzi bassi con i fornitori può, in teoria, trasferire parte di quel risparmio ai consumatori — cioè a te, quando fai la spesa. Ed è in parte quello che è successo davvero in Italia negli ultimi decenni: la crescita dei supermercati ha reso il cibo più accessibile

a milioni di famiglie, rispetto a un sistema fatto solo di piccoli negozi con prezzi più alti.

Il problema di cui parla questo libro non è l'esistenza della grande distribuzione in sé. È l'uso che, in alcuni casi documentati, è stato fatto di questo squilibrio di potere: pratiche concrete che hanno spinto i prezzi pagati ai fornitori sotto il costo di produzione, o hanno scaricato rischi economici che dovrebbero restare in capo a chi ha più forza contrattuale, non a chi ne ha meno.

Nel prossimo capitolo vedremo la pratica più estrema tra queste: le aste al doppio ribasso. Un meccanismo che, per anni, ha permesso alla grande distribuzione di far scendere i prezzi pagati ai fornitori fino a livelli che nemmeno coprivano i costi di produzione — finché lo Stato italiano non ha deciso di vietarlo.

Capitolo 3 — Le aste al doppio ribasso

Come funziona un'asta al doppio ribasso

Immagina un'asta, ma al contrario di come la conosci di solito. In un'asta normale — per esempio quella di un quadro — chi offre di più, vince. In un'asta al doppio ribasso è l'opposto: vince chi offre di meno.

Ecco come funzionava in pratica, prima che fosse vietata. Un grande gruppo della distribuzione doveva

comprare una grande quantità di un prodotto — passata di pomodoro, olio, caffè, legumi in scatola, conserve di verdure. Invitava diversi fornitori a fare un’offerta online, in tempo reale, per vendere quel prodotto. Chi offriva il prezzo più basso, in un primo turno, si aggiudicava provvisoriamente la fornitura. Poi si apriva un **secondo turno** di ribasso — da qui il nome «doppio ribasso» — spesso tra gli stessi partecipanti, per scendere ancora più in basso.

Il meccanismo, visto da fuori, sembra un modo intelligente per il compratore di ottenere il prezzo più conveniente possibile. E in un mercato con tanti compratori forti quanto i venditori, forse lo sarebbe stato. Ma in un mercato dove pochi compratori enormi trattano con tanti piccoli fornitori — esattamente lo squilibrio raccontato nel capitolo precedente — il risultato è diverso: i fornitori, pur di non restare senza vendere nulla, si trovavano a offrire prezzi sempre più bassi, in alcuni casi finendo sotto il costo reale di produzione. Vendere in perdita, pur di non restare fuori dal mercato.

Perché è un problema, anche per te che fai la spesa

Potresti pensare: se il prezzo scende, tanto meglio, no? Il problema è che quel prezzo bassissimo non spariva nel nulla: veniva scaricato su chi stava all’inizio della catena — l’agricoltore, il piccolo produttore — che si

trovava a vendere sotto costo, anno dopo anno, senza margine per investire, per pagare bene i propri lavoratori, a volte nemmeno per coprire le spese.

Diverse organizzazioni che si occupano di diritti dei lavoratori agricoli, tra cui Terra! e Oxfam Italia, hanno sostenuto per anni che prezzi così compressi a monte della filiera spingono, indirettamente, verso lo sfruttamento del lavoro nei campi — quello che in Italia si chiama «caporalato»: manodopera, spesso di lavoratori stranieri, pagata pochissimo e in condizioni durissime, perché è l'unico modo che alcune aziende trovano per restare in piedi quando il prezzo a cui devono vendere non copre più i costi normali di produzione. È un argomento sostenuto con forza da queste organizzazioni, non un fatto giudiziario accertato per ogni singolo caso, ma è il motivo per cui la battaglia contro le aste al doppio ribasso è stata condotta, in Italia, insieme alle battaglie contro il caporalato.

Un percorso più lungo di quanto sembri

Qui serve essere precisi, perché la storia di questo divieto è più lunga di una singola data.

Nel giugno 2019, la Camera dei Deputati approva un primo disegno di legge — proposto dalla deputata Susanna Cenni — che vieta le aste elettroniche a doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari, e limita anche le vendite sottocosto. È un

passo politico importante, il primo voto parlamentare su questo tema specifico.

Ma il divieto diventa **pienamente legge dello Stato, in vigore ed efficace**, solo più avanti: con il Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 198, che recepisce in Italia una direttiva europea del 2019 sulle pratiche commerciali sleali nella filiera agroalimentare (la racconteremo nel Capitolo 5). Il decreto entra in vigore il 15 dicembre 2021, e inserisce le aste elettroniche a doppio ribasso nell'elenco delle pratiche «sempre vietate», indipendentemente da qualsiasi accordo tra le parti.

Le sanzioni per chi viola il divieto vanno da 1.000 a 30.000 euro, fino al 5% del fatturato dell'anno precedente — che sale al 10% in caso di recidiva, cioè se l'azienda viene sorpresa a farlo di nuovo.

Perché ci sono voluti due anni e mezzo

Non è un dettaglio da poco che tra il primo voto parlamentare (2019) e la legge pienamente in vigore (fine 2021) siano passati più di due anni. Racconta qualcosa di reale su come funziona il cambiamento delle regole quando in gioco ci sono interessi economici enormi da un lato, e soggetti piccoli e frammentati dall'altro: le cose non cambiano da un giorno all'altro, nemmeno quando la direzione del cambiamento è ormai condivisa a livello politico. Serve un percorso — un voto parlamentare, poi un recepimento europeo, poi un

decreto attuativo — che richiede tempo, e durante quel tempo il meccanismo vietato può continuare a funzionare.

Cosa resta da capire

Le aste al doppio ribasso sono state solo una delle pratiche usate, in passato, dalla grande distribuzione per scaricare rischi e costi sui fornitori. Non sono state le uniche, e non tutte sono state vietate con la stessa chiarezza. Nel prossimo capitolo vedremo altri strumenti concreti — pagamenti che arrivano dopo mesi, penali, contributi «promozionali» imposti — che raccontano un quadro più ampio di quello che si intende, tecnicamente, per «pratiche commerciali sleali».

Capitolo 4 — Pratiche commerciali sleali

Non solo aste: un intero repertorio

Le aste al doppio ribasso, raccontate nel capitolo precedente, sono forse l'esempio più facile da capire di squilibrio di potere nella filiera alimentare. Ma non sono l'unico strumento. Nel tempo, la grande distribuzione — e, in generale, chi compra da fornitori più deboli — ha usato altri strumenti, meno visibili ma altrettanto concreti, per scaricare rischi e costi a monte della catena. In questo capitolo li vediamo uno per uno, con parole semplici.

Pagare tardi: i pagamenti a 60, 90, anche 120 giorni

Quando un'azienda agricola o un piccolo produttore vende un prodotto alla grande distribuzione, non riceve i soldi subito. Riceve una fattura da incassare, con un termine di pagamento concordato — che, prima delle nuove regole, poteva arrivare anche a 90 o 120 giorni dopo la consegna della merce.

Perché è un problema? Perché un'azienda agricola, nel frattempo, ha comunque bisogno di pagare i propri costi — sementi, energia, lavoro, mutui — e se aspetta quattro mesi per essere pagata da chi le ha comprato il prodotto, spesso deve prendere in prestito i soldi da una banca, pagando un interesse. In pratica, il fornitore finisce per finanziare gratis, con un costo che ricade su di lui, il tempo che il grande gruppo distributivo impiega a pagarlo.

Per limitare questo problema, l'Italia ha introdotto già nel 2012, con il cosiddetto «articolo 62» (Decreto Legge 1/2012, convertito in Legge 27/2012), un termine massimo di pagamento: 30 giorni per i prodotti **deperibili** (cioè quelli che si deteriorano in fretta, come frutta e verdura fresca, latte, prodotti con scadenza breve), e 60 giorni per gli altri prodotti alimentari. Questa regola è stata poi assorbita e rafforzata nel decreto che recepisce la direttiva europea del 2019, che racconteremo nel Capitolo 5.

Le penali

Un'altra pratica riguarda le penali: clausole contrattuali che permettono al compratore di trattenere una parte del pagamento, o di far pagare una somma extra al fornitore, per motivi spesso definiti in modo vago o unilaterale — un ritardo di poche ore nella consegna, una confezione leggermente diversa dal previsto, una quantità non perfettamente esatta. Quando queste penali sono sproporzionate rispetto al problema reale, o vengono imposte senza un vero accordo tra le parti, diventano uno strumento per scaricare ulteriori costi sul fornitore, che ha poco margine per rifiutarle se vuole continuare a vendere a quel cliente.

I contributi «promozionali»

Forse la pratica meno conosciuta, ma tra le più discusse. Quando un supermercato mette in promozione un prodotto — quei cartellini con lo sconto che vedi sullo scaffale — a volte chiede al fornitore di contribuire economicamente a quella promozione, con un pagamento aggiuntivo, spesso presentato come «contributo per attività di marketing» o «contributo promozionale». In alcuni casi, questo contributo è stato imposto senza una vera trattativa, semplicemente comunicato come condizione per continuare a essere fornitore.

Il problema, di nuovo, non è l'esistenza di accordi promozionali in sé — possono avere senso commerciale per entrambe le parti, se negoziati liberamente.

Il problema è quando diventano un modo unilaterale per far pagare al fornitore più debole parte dei costi che dovrebbe sostenere chi decide la promozione.

Un filo comune: chi decide, chi subisce

Tutte queste pratiche — pagamenti lenti, penali sproporzionate, contributi imposti — hanno in comune una cosa: spostano un costo o un rischio dal soggetto che ha più potere contrattuale (il grande gruppo distributivo) al soggetto che ne ha meno (il fornitore, spesso una piccola o media azienda agricola o alimentare). Non sono, quasi mai, imposizioni esplicite e dichiarate come tali. Sono condizioni contrattuali che, formalmente, un fornitore «accetta» firmando un contratto — ma che accetta perché l'alternativa, come abbiamo visto nel Capitolo 2, è spesso non vendere affatto a quel cliente, che magari rappresenta una fetta enorme del mercato a cui può accedere.

Perché si chiamano «sleali»

Il termine tecnico usato dalle norme europee e italiane per definire queste pratiche è «pratiche commerciali sleali» — in inglese *unfair trading practices*, spesso abbreviato UTP. È un termine giuridico preciso: non descrive un comportamento penalmente scorretto in senso classico (come una truffa), ma un comportamento che si discosta dalla buona fede commerciale, imposto da una parte più forte a una parte più debole, senza un vero margine di negoziazione libera. È un

concetto che il diritto europeo ha sviluppato apposta per la filiera agroalimentare, proprio perché lo squilibrio di forza tra pochi grandi compratori e tanti piccoli venditori è particolarmente marcato in questo settore, più che in molti altri.

Nel prossimo capitolo vediamo come l'Unione Europea ha deciso di intervenire su tutte queste pratiche insieme, con una direttiva dedicata: cosa vieta esattamente, cosa permette ancora, e come è stata recepita — o, in alcuni casi, applicata solo in parte — in Italia.

Capitolo 5 — Le regole europee: la direttiva sulle pratiche sleali (2019)

Un problema comune a tutta Europa

Lo squilibrio di potere tra grande distribuzione e piccoli produttori raccontato nei capitoli precedenti non è un problema solo italiano. È comune a quasi tutti i paesi europei, con differenze di intensità. Per questo, nel 2019, l'Unione Europea ha deciso di intervenire con una regola comune per tutti i 27 paesi membri: la Direttiva (UE) 2019/633, pubblicata il 25 aprile 2019, dedicata proprio alle pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese della filiera agricola e alimentare.

Cosa dice, in parole semplici

L'obiettivo dichiarato della direttiva è fissare un livello minimo di protezione, uguale in tutta l'Unione

Europea, contro le pratiche imposte unilateralmente da un partner commerciale più forte — tipicamente l'industria di trasformazione o la grande distribuzione — a un partner più debole — tipicamente l'agricoltore o il piccolo produttore.

La direttiva individua due gruppi di pratiche:

Un elenco di pratiche vietate «in ogni caso» — una lista nera, senza eccezioni. Ne fanno parte, per esempio, i pagamenti oltre certi termini massimi per prodotti deperibili, gli annullamenti di ordini con preavviso troppo breve, le modifiche unilaterali dei contratti da parte del compratore, e — dopo il recepimento italiano — le aste elettroniche a doppio ribasso di cui abbiamo parlato nel Capitolo 3.

Un secondo elenco di pratiche vietate «salvo accordo chiaro e inequivocabile» tra le parti — per esempio i costi legati a un deterioramento della merce dopo che è passata al compratore, o i contributi per la promozione. Qui la direttiva non le vieta del tutto, ma richiede che siano frutto di un vero accordo scritto, non di un'imposizione mascherata da contratto standard.

Il termine per recepire la direttiva

Ogni Stato membro dell'Unione Europea aveva l'obbligo di trasformare questa direttiva in legge nazionale entro il **1° maggio 2021**. Entro dicembre 2022,

tutti i 27 paesi avevano completato questo passaggio, anche se con tempi diversi da paese a paese.

Una cosa importante da sapere: una direttiva europea non è automaticamente legge in ogni Stato. Serve che ogni Parlamento nazionale — o il Governo, con una delega del Parlamento — approvi una propria norma che la recepisca, cioè che la trasformi in regole valide e applicabili all'interno di quel paese. È esattamente il passaggio che abbiamo visto nel Capitolo 3 per l'Italia.

Come l'ha recepita l'Italia

L'Italia ha recepito la direttiva con il **Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 198**, pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 30 novembre 2021 ed entrato in vigore il 15 dicembre 2021. Questo decreto ha sostituito la vecchia disciplina dell'«articolo 62» del 2012 (raccontata nel Capitolo 4), ampliandola e rendendola più stringente.

Un dettaglio importante, che va detto con onestà: la direttiva europea fissa solo un livello *minimo* comune di tutela. Ogni Stato membro può, se vuole, adottare regole ancora più severe. La maggior parte dei paesi europei, Italia inclusa, ha scelto di fare proprio questo: andare oltre il minimo richiesto da Bruxelles. In Italia, per esempio, le sanzioni previste per chi viola le regole — fino al 5% del fatturato dell'anno precedente, il 10% in caso di recidiva — sono tra le più severe in Europa.

Cosa la direttiva non risolve

È altrettanto onesto dire cosa questa direttiva non fa. Non fissa un prezzo minimo che i fornitori devono ricevere: la direttiva regola il *comportamento* nella trattativa (come e quando si può pagare, cosa non si può imporre), non il *risultato* economico finale, cioè quanto un agricoltore guadagna davvero. Un compratore può ancora, semplicemente, offrire un prezzo basso in una trattativa normale, senza violare nessuna regola — perché offrire un prezzo basso, di per sé, non è una pratica sleale, è solo una trattativa commerciale.

Inoltre, avere una legge non basta da sola: serve che venga applicata davvero, con controlli reali e sanzioni effettive. In Italia, l'autorità che vigila su queste regole è ICQRF (l'Ispettorato centrale della tutela della qualità e della repressione frodi dei prodotti agroalimentari, parte del Ministero dell'Agricoltura), insieme all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato per alcuni aspetti. Come per tutte le leggi, la sua efficacia reale dipende da quante risorse e quanta attenzione vengono dedicate ai controlli — un tema su cui, periodicamente, la stessa Commissione Europea pubblica relazioni di monitoraggio sullo stato di applicazione nei diversi paesi membri.

Cosa vedremo ora

Fin qui abbiamo raccontato le regole in astratto. Nel prossimo capitolo le mettiamo alla prova con un caso concreto, quello che ha aperto questo libro: il grano

e la pasta. Vedremo, con numeri reali, come il prezzo pagato all'agricoltore e il prezzo pagato da te al supermercato possono muoversi in direzioni opposte — e cosa ci dice questo sull'efficacia reale, oggi, di tutte le regole che abbiamo appena raccontato.

Capitolo 6 — Il caso del grano e della pasta

Un numero che dice tutto

Nel settembre 2025, l'ISMEA — l'ente pubblico italiano che si occupa di ricerca economica sui mercati agricoli — ha pubblicato un dato preciso: produrre un quintale di grano duro, quello con cui si fa la pasta, costa in media all'agricoltore **31,8 euro al Sud e 30,3 euro al Centro-Nord**. Nello stesso periodo, il prezzo a cui quel quintale di grano veniva effettivamente venduto era di appena **28 euro**.

Fai il conto: in entrambi i casi, chi coltiva il grano vendeva sottocosto. Non guadagnava poco: perdeva soldi, letteralmente, per ogni quintale venduto. Questo dato non è una stima approssimativa o una dichiarazione di parte: arriva da un ente pubblico di ricerca, proprio l'ente che il Ministero dell'Agricoltura usa per monitorare i mercati agricoli italiani.

Non è un episodio isolato di una brutta annata. Coldiretti, l'organizzazione che rappresenta gli agricoltori italiani, ha calcolato che negli ultimi quattro anni il

prezzo del grano è crollato tra il 35% e il 40%. È per questo che, nel settembre 2025, circa ventimila agricoltori sono scesi in piazza in tutta Italia per chiedere più trasparenza sui prezzi.

E il prezzo della pasta, nel frattempo?

Se il grano costa sempre meno a chi lo coltiva, ti aspetteresti che anche la pasta, sullo scaffale del supermercato, costi meno. Non è quasi mai andata così. In alcuni periodi recenti, mentre il prezzo del grano scendeva, il prezzo della pasta al consumo è arrivato a salire fino al 17,5% secondo un'analisi de Il Sole 24 Ore su dati Istat. In un altro periodo, nel 2022, a fronte di un calo del costo del grano stimato tra il 6% (grano italiano) e il 16% (grano estero), il prezzo della pasta al consumo è arrivato ad aumentare fino al 18%.

Come si spiega, onestamente

Qui il libro deve essere preciso, per non semplificare troppo. Ci sono almeno due spiegazioni oneste per questo sfasamento, che vanno dette insieme.

La prima è tecnica: la pasta che trovi oggi sullo scaffale non è stata fatta con il grano comprato oggi. È stata fatta con grano acquistato mesi prima, spesso attraverso contratti stipulati in anticipo, quando magari il prezzo del grano era più alto. Quando il prezzo del grano crolla rapidamente, ci vuole tempo prima che quel calo si rifletta davvero sul prezzo della pasta

finita, perché i pastifici stanno ancora lavorando le scorte comprate quando i prezzi erano diversi.

La seconda riguarda gli altri costi: la materia prima — il grano — non è l'unica voce di costo di un pacco di pasta. Ci sono l'energia per far funzionare gli essiccatoi, il packaging, la logistica, il personale, il marketing. Negli anni della crisi energetica, questi costi sono saliti molto, e sono rimasti alti anche dopo. Secondo un'analisi di settore, nessuna di queste voci è tornata ai livelli di prima del 2021.

Ma c'è anche un terzo fattore, quello di cui parla questo libro

Le prime due spiegazioni sono vere, ma non bastano a spiegare tutto lo sfasamento, e non spiegano perché la pressione sui prezzi, quando c'è, cade quasi sempre più duramente sull'anello più debole della catena: l'agricoltore. Qui torna il filo di tutto questo libro: se il potere contrattuale fosse distribuito in modo più equilibrato lungo la filiera, ci si aspetterebbe che, quando i costi salgono, il peso venga distribuito in modo più proporzionato tra tutti gli anelli — non che l'agricoltore venda sotto costo mentre gli altri anelli della catena mantengono i propri margini.

Per capire quanto si divide il prezzo di un pacco di pasta lungo la filiera, un'analisi di settore ha scomposto un prezzo medio al consumo di circa 1,73 euro al chilo così: circa 50 centesimi all'agricoltura, 13 cente-

simi all'industria molitoria (chi trasforma il grano in semola), 48 centesimi all'industria della pasta, e 62 centesimi alla distribuzione — cioè il supermercato. La fetta più piccola, tra tutte, va a chi ha coltivato il grano. La fetta più grande va all'ultimo anello della catena.

Un dato da leggere con equilibrio

Va detto con onestà, prima di trarre conclusioni troppo semplici: quei 62 centesimi che vanno alla distribuzione non sono tutto profitto. Coprono affitti dei punti vendita, energia, personale, trasporto, e — come vedremo meglio nel capitolo dedicato alle obiezioni — i margini netti reali della grande distribuzione italiana sono, in percentuale sul fatturato, piuttosto contenuti: intorno al 2-5%. Il punto di questo libro non è che la distribuzione «ruba» quella fetta. È che, quando i costi lungo la filiera cambiano, chi ha meno potere contrattuale — l'agricoltore — è quello che assorbe per primo e più duramente le variazioni negative, mentre gli anelli più forti della catena tendono a proteggere i propri margini, anche a costo di scaricare il rischio a monte.

Cosa possiamo imparare da questo caso

Il caso del grano e della pasta non è un'eccezione. È un esempio concreto, con numeri veri, di tutto quello che abbiamo raccontato nei capitoli precedenti: uno squilibrio di potere che si traduce in uno squilibrio nella distribuzione del rischio economico lungo la filiera. Le

regole raccontate nel capitolo precedente — il divieto delle aste al doppio ribasso, i termini di pagamento, la direttiva europea — servono proprio a limitare questo squilibrio, ma come abbiamo visto non regolano il prezzo finale che un agricoltore riesce a ottenere in una trattativa normale, solo il modo in cui quella trattativa può svolgersi.

Nel prossimo capitolo guardiamo a un'alternativa diversa: cosa succede quando si prova a togliere di mezzo alcuni di questi anelli della catena, e a far arrivare il prodotto dal campo alla tavola con meno passaggi. Sono le filiere corte — e vedremo quanto possono davvero cambiare le cose, e quali sono i loro limiti reali.

Capitolo 7 — Le filiere corte come alternativa

Meno anelli, meno squilibrio

Nei capitoli precedenti abbiamo visto che il problema centrale di questo libro nasce da uno squilibrio: pochi anelli fortissimi (la grande distribuzione) e tantissimi anelli deboli (i piccoli produttori). Una delle risposte possibili a questo squilibrio non è una legge, ma un modo diverso di vendere e comprare cibo: le **filiere corte**.

Una filiera corta è, semplicemente, un modo di far arrivare un prodotto dal campo alla tua tavola con

pochissimi passaggi intermedi — a volte uno solo, il produttore stesso. Niente industria di trasformazione su grande scala, niente grande distribuzione, niente centrali d'acquisto. L'agricoltore vende direttamente, o quasi, a chi mangerà il suo prodotto.

I mercati contadini

L'esempio più visibile di filiera corta in Italia sono i mercati contadini, spesso chiamati «farmers' market» o, con il marchio più diffuso in Italia, «mercati di Campagna Amica» — la rete promossa da Coldiretti, nata nel 2008. Oggi in Italia esistono circa 1.200-1.250 mercati di questo tipo, che coinvolgono oltre 16.000 produttori agricoli. In un mercato contadino, comprati direttamente da chi ha coltivato quel prodotto: niente intermediari, niente margini aggiuntivi lungo la strada.

Il vantaggio per l'agricoltore è chiaro: vende al prezzo che decide lui (o quasi), senza dover accettare le condizioni imposte da un grande compratore. Il vantaggio per te, in teoria, dovrebbe essere un prezzo più equo, perché non ci sono più passaggi intermedi che aggiungono margini.

I gruppi di acquisto solidale

Un'altra forma di filiera corta, meno visibile ma diffusa in tutta Italia, sono i **Gruppi di Acquisto Solidale**, conosciuti con la sigla GAS. Sono nati nel 1994 a Fidenza, in provincia di Parma, e da lì si sono

diffusi in gran parte delle province italiane. Un GAS è, semplicemente, un gruppo di famiglie o persone che si organizzano insieme per comprare direttamente da piccoli produttori locali, spesso ordinando insieme grandi quantità di un prodotto per ottenere un prezzo più conveniente, senza passare dalla grande distribuzione.

È difficile dire con precisione quanti GAS esistano oggi in Italia: molti restano informali, senza aderire a nessuna rete nazionale ufficiale, quindi non esiste un censimento affidabile e aggiornato. Quello che si può dire con certezza è che sono diffusi in quasi tutte le regioni italiane, e che il modello continua a esistere da più di trent'anni.

Quanto possono davvero cambiare le cose

Qui il libro deve essere onesto, perché sarebbe scorretto presentare le filiere corte come una soluzione che può sostituire tutto il resto. I numeri, messi a confronto, raccontano la realtà: la grande distribuzione italiana fattura oltre 135 miliardi di euro l'anno. I mercati contadini e i GAS, per quanto diffusi e importanti per chi li usa, rappresentano una fetta molto più piccola del totale della spesa alimentare italiana.

Ci sono ragioni pratiche precise per cui le filiere corte non possono, oggi, sostituire completamente la grande distribuzione:

Il tempo. Fare la spesa in un mercato contadino, o organizzarsi attraverso un GAS, richiede più tempo e più organizzazione di entrare in un supermercato aperto tutti i giorni, con tutto quello che serve sotto lo stesso tetto. Non tutte le famiglie hanno questo tempo, soprattutto chi lavora molte ore o ha bambini piccoli.

La varietà e la disponibilità. Un mercato contadino vende quello che si produce in quella stagione, in quella zona. Un supermercato garantisce (nel bene e nel male) di trovare quasi ogni prodotto, ogni giorno dell'anno, indipendentemente dalla stagione.

Il prezzo, non sempre più basso. Non è sempre vero che comprare in filiera corta costa meno: a volte costa di più, perché il produttore non ha la scala di un grande gruppo per abbattere i costi unitari, e perché non tutti i costi che la grande distribuzione riesce a comprimere grazie ai volumi enormi sono replicabili da un piccolo produttore.

Un pezzo del mosaico, non la soluzione unica

Le filiere corte, quindi, non sono una risposta che può sostituire da sola tutto quello raccontato in questo libro. Ma sono un pezzo reale del mosaico: rappresentano un'alternativa concreta per chi può permettersela in termini di tempo e, a volte, di prezzo; danno all'agricoltore un canale di vendita che non dipende dal potere contrattuale della grande distribuzione; e

— non è un dettaglio da poco — mantengono viva un’alternativa visibile, che ricorda a tutti, distribuzione compresa, che un altro modo di comprare cibo esiste ed è possibile.

Con questo capitolo chiudiamo la parte del libro dedicata a spiegare come funziona il problema e quali alternative esistono già. Nei prossimi due capitoli affrontiamo prima le obiezioni più serie a tutto quello che abbiamo raccontato finora — perché un libro onesto deve ascoltarle e rispondere, non ignorarle — e poi guardiamo a cosa si potrebbe fare, a livello di regole e di sistema, per affrontare questo squilibrio in modo più strutturale.

Capitolo 8 — Le obiezioni, trattate con onestà

Perché questo capitolo è il più importante del libro

Fin qui abbiamo raccontato, con dati verificabili, uno squilibrio di potere lungo la filiera alimentare italiana, che in alcuni casi documentati ha spinto i prezzi pagati ai produttori sotto il costo di produzione. È un fatto reale, non un’opinione. Ma da questo fatto ad affermare che «la grande distribuzione è la causa di ogni problema del cibo in Italia» c’è un salto che questo libro non vuole fare, perché non sarebbe onesto. In questo capitolo affrontiamo le obiezioni più serie a

questa tesi — quelle che meritano una risposta vera, non una scorciatoia.

Prima obiezione: la grande distribuzione tiene bassi i prezzi per i consumatori

È probabilmente l'argomento più forte a favore della grande distribuzione, e va detto con la stessa chiarezza con cui abbiamo raccontato i problemi: la crescita dei supermercati, dagli anni Sessanta a oggi, ha reso il cibo più accessibile a milioni di famiglie italiane. La capacità di comprare in grandi quantità, di negoziare prezzi migliori grazie ai volumi, di ottimizzare la logistica su scala nazionale, permette alla grande distribuzione di vendere a prezzi spesso più bassi di quelli di un piccolo negozio di quartiere o, in alcuni casi, degli stessi mercati contadini raccontati nel capitolo precedente.

Questo è un punto reale, non trascurabile: se domani sparissero i grandi supermercati, non è affatto scontato che il prezzo medio del cibo scenderebbe per le famiglie italiane. Potrebbe, al contrario, salire — proprio per la perdita di quell'efficienza di scala che solo un grande gruppo distributivo può ottenere.

Seconda obiezione: i margini della grande distribuzione non sono enormi

Un secondo argomento, spesso usato dalla stessa grande distribuzione per difendersi dalle critiche, riguarda i margini reali. I dati di settore per il 2024 mostrano che il margine operativo medio (l'EBIT, cioè il guadagno

prima di tasse e interessi, in percentuale sulle vendite) della grande distribuzione italiana si è fermato intorno al 2,7%, con un margine netto tipico tra il 2% e il 5% del fatturato. Non sono numeri da profitti straordinari: gran parte del prezzo che paghi copre costi reali — il lavoro (che pesa per circa il 12,5% delle vendite), la logistica, l'energia.

È un argomento serio, e questo libro non lo nasconde: il potere della grande distribuzione, di cui abbiamo parlato nei capitoli precedenti, non si traduce automaticamente in profitti enormi trattenuti dalla distribuzione stessa. Una parte importante di quel potere si traduce, piuttosto, nella capacità di scaricare rischi e costi sui fornitori più deboli — come abbiamo visto con le pratiche commerciali sleali — più che nel trattenere margini spropositati sul prezzo finale.

Terza obiezione: toccare questi equilibri rischia di far salire l'inflazione alimentare

Un terzo argomento, più tecnico, riguarda il rischio di conseguenze indesiderate. Se si imponessero regole troppo rigide sui prezzi minimi da garantire ai produttori, o si limitasse troppo la capacità della grande distribuzione di negoziare condizioni favorevoli, il rischio — sostengono alcuni economisti e rappresentanti del settore — è che quei costi aggiuntivi vengano semplicemente trasferiti sul prezzo finale, cioè su di te,

quando fai la spesa. In un periodo in cui l'inflazione alimentare ha già pesato parecchio sul bilancio delle famiglie italiane, è un rischio da prendere sul serio, non da liquidare in poche righe.

La risposta più onesta è che questo rischio esiste, ma non è un argomento per non fare nulla: è un argomento per scegliere con attenzione **quali** regole introdurre. C'è una differenza enorme tra imporre un prezzo fisso dall'alto (una misura che quasi tutti gli economisti considerano rischiosa e distorsiva) e vietare pratiche specifiche, come le aste al doppio ribasso o i pagamenti a 120 giorni, che non fissano nessun prezzo, ma tolgono solo gli strumenti più estremi con cui il potere contrattuale viene esercitato in modo sleale. Le regole raccontate nel Capitolo 5, per esempio, non hanno impedito la concorrenza sui prezzi tra supermercati, che resta forte come prima.

Quarta obiezione: anche i piccoli produttori hanno responsabilità proprie

Va detto con onestà anche questo: non tutti i problemi della filiera alimentare italiana nascono dallo squilibrio di potere con la grande distribuzione. L'agricoltura italiana ha, in molte zone, problemi strutturali propri — aziende troppo piccole per avere economie di scala, scarsa capacità di aggregarsi in cooperative o consorzi forti abbastanza da negoziare da una posizione di maggiore parità, ritardo

nell'innovazione tecnologica rispetto ad altri paesi europei. Alcuni di questi problemi non dipendono dalla grande distribuzione, e non si risolverebbero nemmeno se la grande distribuzione sparisse domani.

Cosa resta, dopo le obiezioni

Anche tenendo conto di tutte queste obiezioni, il punto centrale di questo libro resta in piedi: **lo squilibrio di potere contrattuale tra grande distribuzione e piccoli produttori è reale, misurabile, e in alcuni casi documentati ha spinto prezzi sotto il costo di produzione.** Questo non significa che la grande distribuzione sia l'unico problema della filiera alimentare italiana, né che smontarla risolverebbe tutto. Significa che le regole per limitare gli abusi più gravi di questo squilibrio — quelle raccontate nei capitoli precedenti — sono giustificate, utili, e vanno rafforzate dove ancora non funzionano bene, senza per questo negare i vantaggi reali che la grande distribuzione porta ai consumatori.

Nel prossimo capitolo vediamo quali proposte concrete esistono oggi, nel dibattito reale tra istituzioni, associazioni ed economisti, per migliorare questo equilibrio — non utopie, ma idee realmente sul tavolo.

Capitolo 9 — Cosa si potrebbe fare

Non utopie, proposte reali

In questo capitolo non parliamo di scenari immaginari, come «aboliamo i supermercati» o «torniamo tutti all'orto di casa» — ipotesi che non tengono conto dei vantaggi reali della grande distribuzione raccontati nel capitolo precedente, e che comunque non sono realistiche su scala nazionale. Parliamo invece di proposte concrete, già discusse oggi da istituzioni, associazioni di categoria ed economisti, che potrebbero migliorare l'equilibrio raccontato in questo libro senza smontare il sistema che, nel bene e nel male, garantisce oggi il cibo a milioni di famiglie italiane.

Rafforzare davvero i controlli sulle pratiche sleali

Come abbiamo visto nel Capitolo 5, l'Italia ha oggi leggi piuttosto severe contro le pratiche commerciali sleali, tra le più stringenti in Europa sulla carta. Ma una legge vale quanto i controlli che la fanno rispettare. L'ente incaricato di vigilare, l'ICQRF del Ministero dell'Agricoltura, ha bisogno di risorse adeguate — ispettori, tempo, competenze tecniche — per controllare davvero migliaia di contratti e rapporti commerciali in tutta Italia, non solo per intervenire nei casi più eclatanti che arrivano alle cronache.

Un rafforzamento concreto e realistico dei controlli, con più risorse dedicate e sanzioni applicate in modo

sistematico (non solo occasionale), è la proposta più diretta per far funzionare davvero le regole che già esistono, invece di scriverne di nuove che rischierebbero di restare, anch'esse, poco applicate.

Etichettatura trasparente su chi guadagna cosa

Una proposta discussa da tempo, anche a livello europeo, riguarda la trasparenza sulla ripartizione del prezzo lungo la filiera: un'etichetta, o un'informazione facilmente accessibile (anche tramite un codice da inquadrare con lo smartphone), che mostri quanto di quel prezzo va all'agricoltore, quanto all'industria, quanto alla distribuzione — come abbiamo fatto nel Capitolo 6 con l'esempio della pasta.

L'idea di fondo è semplice: se un consumatore può vedere con chiarezza che l'agricoltore riceve solo una piccola parte del prezzo che paga, questo crea una pressione informativa reale, che può spingere sia le aziende a comportarsi meglio per reputazione, sia i consumatori a scegliere, quando possono, prodotti con una ripartizione più equa. Non è una misura che impone nulla per legge, ma agisce sulla trasparenza — che, come abbiamo raccontato nella prefazione di questo libro, è spesso il primo ingrediente mancante in questi meccanismi.

Sostegno alle filiere corte

Come raccontato nel Capitolo 7, le filiere corte non possono sostituire la grande distribuzione, ma possono crescere, se sostenute con politiche mirate: fondi pubblici per l'organizzazione logistica dei mercati contadini, sgravi fiscali per i piccoli produttori che vendono direttamente, sostegno alla nascita di cooperative agricole più forti, capaci di negoziare da una posizione meno debole anche quando vendono alla grande distribuzione. Più la filiera corta cresce, più diventa un'alternativa reale — e più diventa un'alternativa reale, più aumenta, indirettamente, il potere contrattuale degli agricoltori anche nei confronti della grande distribuzione tradizionale, perché avere un'alternativa concreta cambia sempre la forza con cui ci si siede a un tavolo di trattativa.

Rafforzare le organizzazioni dei produttori

Una parte del problema raccontato in questo libro nasce da un fatto semplice: centinaia di migliaia di piccole aziende agricole trattano, ciascuna per conto proprio, con pochi grandi gruppi distributivi. Una risposta strutturale, già prevista in parte dalle normative europee sull'agricoltura, è incentivare la nascita e il rafforzamento di organizzazioni di produttori e cooperative agricole, che permettono a tanti piccoli agricoltori di negoziare insieme, come un unico soggetto più grande, invece che uno per uno. È lo stesso

principio che, dal lato opposto della filiera, ha reso la grande distribuzione così forte attraverso le centrali d'acquisto raccontate nel Capitolo 2 — applicato però a chi oggi ha meno potere contrattuale.

Monitoraggio pubblico indipendente dei prezzi

Il dato ISMEA sul costo di produzione del grano, citato nel Capitolo 6, è un esempio di quello che serve di più: un ente pubblico indipendente che monitora regolarmente i prezzi lungo tutta la filiera, li rende pubblici, e permette di verificare in modo oggettivo se il prezzo pagato ai produttori copre almeno i costi di produzione. Più questo tipo di monitoraggio è regolare, pubblico e dettagliato, più diventa difficile ignorare i casi in cui il sistema non funziona, e più diventa concreta la pressione — politica e pubblica — per intervenire quando serve.

Cosa hanno in comune queste proposte

Nessuna di queste proposte, da sola, elimina lo squilibrio raccontato in questo libro. Ma tutte condividono un'idea di fondo: **rendere più equilibrata la forza contrattuale tra chi produce e chi distribuisce**, senza eliminare i vantaggi reali che la grande distribuzione porta ai consumatori. Sono proposte che richiedono volontà politica, risorse pubbliche, e tempo — ma sono proposte reali, già sul tavolo del dibattito, non fantasie.

Questo ci porta all'ultimo capitolo di questo libro: cosa puoi fare tu, da subito, con quello che hai appena imparato.

Capitolo 10 — Cosa puoi fare tu, adesso

Non sei una goccia nel mare

Se sei arrivato fin qui, ora sai qualcosa che la maggior parte delle persone intorno a te probabilmente non sa, o conosce solo in modo vago: perché il prezzo del grano può crollare mentre il prezzo della pasta resta uguale o sale, cos'è un'asta al doppio ribasso, cosa sono le pratiche commerciali sleali, e quali regole — europee e italiane — provano a limitarle, con risultati parziali ma reali.

Questo non ti dà, da solo, il potere di cambiare tutta la filiera alimentare italiana domani mattina. Ma ti dà qualcosa di concreto: la capacità di leggere in modo diverso quello che compri ogni settimana, e di fare scelte più informate, senza dover stravolgere la tua vita.

La prima cosa che puoi fare: leggere l'etichetta

Molte etichette dei prodotti alimentari, soprattutto quelli freschi, indicano l'origine della materia prima — dove è stato coltivato il grano, munto il latte, alle-

vato l'animale. Non è un'informazione decorativa: ti permette, quando ti interessa, di riconoscere prodotti con una filiera più corta o più tracciabile, per esempio marchi legati direttamente a cooperative agricole o consorzi di produttori italiani, invece di prodotti che mescolano materie prime da provenienze diverse e non specificate.

Non serve controllare ogni etichetta di ogni prodotto che compri: nessuno ha il tempo per farlo, e non è realistico chiedertelo. Ma su due o tre prodotti che compri più spesso — la pasta, l'olio, il latte — prova a guardarla una volta, e a confrontarla con un'alternativa. È un esercizio che richiede cinque minuti, e che ti dà un'informazione che prima non avevi.

La seconda cosa che puoi fare: provare, quando puoi, la filiera corta

Non ti stiamo chiedendo di cambiare tutta la tua spesa settimanale, né di rinunciare al supermercato — abbiamo raccontato con onestà, nel Capitolo 8, i vantaggi reali della grande distribuzione. Ti chiediamo qualcosa di più piccolo e realistico: se vicino a casa tua c'è un mercato contadino, o un gruppo di acquisto solidale, prova a farci un giro, anche solo una volta al mese, per uno o due prodotti che compri comunque — la frutta, le uova, il formaggio. Non cambierà la tua vita, ma aiuta a mantenere viva un'alternativa che, come abbiamo visto nel Capitolo 7, ha bisogno di essere

sostenuta da scelte concrete di consumatori come te per continuare a esistere e crescere.

La terza cosa che puoi fare: parlarne

Non serve diventare un esperto di filiera agroalimentare per raccontare, a una persona che conosci — un familiare, un collega, un amico al bar — l'esempio del grano e della pasta di questo libro: un dato semplice, verificabile, che si ricorda facilmente e che apre discussioni diverse dalle solite lamentele generiche sul «carovita».

Le idee cambiano il dibattito pubblico non quando arrivano dall'alto, ma quando si diffondono tra le persone comuni, in conversazioni normali, ripetute migliaia di volte in tutto il paese.

La quarta cosa che puoi fare: condividere questo libro

Questo libro è pensato per essere condiviso liberamente, gratuitamente, con chiunque tu conosca — non è un caso: più persone lo leggono, più diventa possibile che questo tema entri davvero nel dibattito pubblico, invece di restare confinato tra addetti ai lavori, associazioni di categoria e uffici stampa. Se conosci qualcuno a cui piacerebbe capire meglio questi temi, mandaglielo. Se fai parte di un gruppo, un'associazione, un canale, condividilo lì.

Questo libro fa parte della collana **Contropotere**, che racconta altri meccanismi simili — dal debito pubblico ai trattati europei, dall'energia alla finanza — sempre con lo stesso obiettivo: spiegare con parole semplici cose che troppo spesso vengono lasciate solo agli «addetti ai lavori», mentre riguardano la vita di tutti. Tutti i titoli della collana sono gratuiti su **contropotere.com**.

La quinta cosa che puoi fare: incrociare le fonti

Non crederci sulla parola nemmeno a questo libro. Ogni capitolo che hai letto contiene fatti verificabili: dati ISMEA, numeri Coldiretti, testi di leggi e direttive europee. Se qualcosa ti ha colpito particolarmente, cerca conferma su altre fonti — non solo quelle che ti danno ragione, ma anche quelle che portano un punto di vista diverso, come abbiamo fatto noi stessi nel Capitolo 8 con le obiezioni. Un'idea che regge al confronto con chi non è d'accordo è un'idea più solida di una che viene ripetuta solo tra chi la pensa già allo stesso modo.

Per finire

Chi decide le regole della filiera alimentare — a Roma come a Bruxelles — segue l'opinione pubblica molto più spesso di quanto la guidi, non per virtù particolare, ma perché è così che funziona, nella pratica, la politica in una democrazia. Quando abbastanza persone

capiscono un meccanismo come quello raccontato in questo libro, quel meccanismo smette di essere un argomento tecnico riservato a pochi, e diventa un argomento di cui si può discutere apertamente, con proposte concrete come quelle viste nel capitolo precedente.

Non sei una goccia isolata in un oceano che non puoi cambiare. Il mare, in fondo, è fatto solo di gocce — e la prossima volta che qualcuno intorno a te si chiederà perché il pacco di pasta costa sempre uguale mentre il grano crolla, adesso saprai cosa rispondere.

Grazie per aver letto fino in fondo. Buona diffusione.

Nota sulla trasparenza nell'uso dell'intelligenza artificiale

Questo libro è stato scritto con il supporto di strumenti di intelligenza artificiale, usati per la ricerca preliminare delle fonti, la prima stesura dei testi a partire da una scaletta e da indicazioni editoriali definite dall'autore, e la revisione linguistica e strutturale.

Restano interamente umane: la scelta del tema e la tesi del libro, la verifica di ogni fatto, cifra e citazione contro una fonte primaria o istituzionale prima della pubblicazione, la decisione editoriale finale su cosa viene pubblicato o corretto, e la responsabilità editoriale dei contenuti — che resta in capo all'autore, mai allo strumento di intelligenza artificiale utilizzato.

Questa nota risponde agli obblighi di trasparenza previsti dall'art. 50 del Regolamento (UE) 2024/1689 (AI Act), applicabile dal 2 agosto 2026.

Se trovi un errore, una fonte imprecisa o un'affermazione che ritieni non verificata correttamente, scrivi a redazione@contropotere.com — ogni segnalazione fondata porta a una correzione pubblica del testo. Questo libro fa parte della collana **Contropotere**: gli altri titoli sono disponibili gratuitamente su **contropotere.com**.