

Összefoglaló Mario Catania olasz agrárpolitikai, élelmiszeripari és erdészeti miniszter „Corriere della Sera” napilapnak adott interjújáról

Mario Catania olasz agrárpolitikai, élelmiszeripari és erdészeti miniszter interjút adott az egyik legnagyobb olasz napilapnak a „Corriere della Sera”-nak az olasz agrárexportról. Az újságíró kérdéseire válaszolva a miniszter kifejtette, hogy egy „Made in Italy” hálózat megteremtése szükséges, mert a valódi probléma az, hogy gyenge az olasz elosztási csatorna. Nincsenek olyan olasz kereskedelmi láncok, melyek külföldi jelenléte is számottevő lenne és terjesztenék az olasz termékeket.

A fogyasztás csökkenés a nehéz helyzetbe került emberekre kell fordítsa figyelmünket, ugyanakkor a belföldi kereslet csökkenésének kompenzálása érdekében jobban kell összpontosítani az exportra, nyilatkozta a miniszter.

Németország agrár kivitele élelmiszertermelésének 27%-a, míg Olaszországban ez csak 19%. Az utóbbi tíz évben az olasz élelmiszerexport növekedése 86%-os volt, ami az összes olasz kivitel növekedésének pont a kétszerese. Továbbá Németország és Olaszország között az igazi különbség más: a németek többet termelnek, mint amennyit elfogyasztanak, **az olaszok** pont fordítva, **többet fogyasztanak, mint amennyit termelnek**. Németország számára az exportálás természetes, sőt elengedhetetlen.

Az olasz élelmiszerek híresek a világon mindenütt, nem pedig a németek. Nem lehet, hogy a termelésben van a hiba, a termelők nem alkalmazkodnak a piachoz? - kérdezte az újságíró. A miniszter válaszában visszautasította ezt a vádat. Külföldön hemzsegek az olasz élelmiszeripari termékek imitációi. Talán az igaz, hogy a magas minőségű termékekre korlátozódik a termelés és azokkal nehéz nagy számokat produkálni, főleg válság idején, de az alacsony minőség nem kifizetődő, mert Olaszországban a termelési költségek nem elég alacsonyak ahhoz, hogy versenyképesek legyenek.

A valódi probléma az, hogy gyenge az olasz elosztási csatorna. Nincsenek olyan olasz kereskedelmi láncok, melyek külföldi jelenléte is számottevő és terjesztenék az olasz termékeket. Az Auchan francia cég, mely azonban Olaszországban elterjedt, kapcsolatban van az Auchan Kínával, hogy az olasz termékeket szelektálja és terjessze, de ez csak rész megoldás, nyilatkozta Mario Catania. Néhány termelő közvetlenül épít ki hídfőállásokat a nagy külföldi piacokon: raktárakat, elosztási csatornát és minden egyebet létrehozva, ami egy nagy elosztási lánc hiányát pótolja. A külföldi olasz élelmiszereket imitáló, olasz hangzású névvel ellátott termékek mennyisége az EU-ban kb. a duplája a valóban eredeti olasz élelmiszereknek. Erről szólva a miniszter elmondta, hogy a tárca folyamatosan azon dolgozik, hogy ezt a problémát megoldja. Például számos országban lehet használni a Vezúv nevet száraztésztákon vagy mozzarellán. A Vezúv nem bejegyzett márkanév, használata nem ütközik törvénybe, de nyilvánvaló hogy félrevezetésről van szó. Nyomást kell gyakorolnia Olaszországnak a többi országra annak érdekében, hogy ez többé ne fordulhasson elő. Sajnos minden a másik ország jóindulatán múlik, de végső soron egy átláthatóbb, tisztább piac mindenkinek érdeke, mindenkinek megvan a maga Vezúvja, mondta végezetül a miniszter.

Dr. Hamar Balázs mezőgazdasági attasé, Róma