

## Economia &amp; Imprese



Industria alimentare. Il presidente Luigi Scordamaglia interviene sulla battaglia per il made in Italy all'Onu

## INTERVISTA

**Agroalimentare.** Luigi Scordamaglia (Federalimentare) denuncia il rischio di un nuovo attacco all'Onu

## Il gioco sporco delle multinazionali contro il made in Italy

Riccardo Barlaam

Dal nostro corrispondente  
NEW YORK

«In questa vicenda delle etichette sui prodotti alimentari c'è qualcuno che fa il gioco sporco». Luigi Scordamaglia, presidente della Federalimentare, ribadisce la posizione delle imprese italiane contrarie alla nuova risoluzione appena presentata all'Onu, che ha ritirato fuori la proposta dell'Oms di introdurre tasse e bollini neri per gli alimenti che superano una certa soglia di sale, zucchero e grassi. All'Onu prosegue il cammino della risoluzione: lunedì si è svolto un incontro della II Commissione dell'Assemblea generale, il prossimo è fissato per oggi. Il testo dovrà essere finalizzato nella sua versione definitiva entro il 7 dicembre, per essere poi presentato il 13 all'Assemblea generale dove verrà votato dagli Stati membri. Il pericolo per il made in Italy del food non è ancora scongiurato.

**L'Italia per una volta ha una posizione chiara e unitaria**

Questa battaglia dall'inizio l'abbiamo fatta in assoluta compattezza con il governo italiano. Anche Di Maio è intervenuto qualche giorno fa con una posizione estremamente dura sulla nuova risoluzione presentata all'Onu dicendo che è irrazionale, inaccettabile e che è un attacco diretto alle eccellenze italiane. Ci ha fatto piacere che l'intero Governo sostenga questa battaglia.

**Perché è tornata fuori questa storia che sembrava superata?**

Non ci sorprende per niente ed è una dimostrazione di assoluta malafede. È malafede perché nel momento in cui il più alto organo politico dell'Onu - i capi di stato e di governo - prende una decisione estremamente importante come quella di cancellare una serie di termini che avrebbero avuto un effetto controproducente e il giorno stesso già nel press release dell'Onu qualcuno dell'Oms ci mette la famosa manina e fa apparire le conclusioni dei capi di stato e di governo diverse da quello che sono state in realtà, questa cosa si deve chiamare malafede. Che poi il nostro ambasciatore italiano all'Onu chieda una rettifica del comunicato e la ottenga, quasi con delle scuse da parte dell'Oms, è una gravissima ammissione di colpa da parte dell'Onu. Non ci sorprende se sia tornati alla carica su questa questione, che da un punto di vista procedurale è un'assurdità: riproporre neanche due mesi dopo misure opposte alle conclusioni dei capi di stato e di governo.

**Vi preoccupa che possa passare la nuova risoluzione?**

Speriamo prevalga il buon senso. La preoccupazione più grossa è che dietro ci sia una strategia più ampia

e grave che riguarda la gestione della sfida mondiale sull'alimentazione. Chi definisce la strategia del food nei prossimi anni gestisce l'argomento più sensibile del nostro futuro a livello globale. La sfida è riuscire ad alimentare più persone e meglio. Il problema si sposta allora sulla qualità del cibo: non dare solo le calorie necessarie a un essere umano, ma dargli anche il valore nutrizionale e biologico.

**In questo l'Italia dovrebbe essere favorita con le sue produzioni di eccellenza, la varietà dei cibi, i piccoli produttori, la dieta mediterranea...** Non è detto. Dietro l'Oms ci sono le multinazionali e le big pharma che sono poche e spingono perché prevalga un modello differente. Le vie per arrivare a una migliore alimentazione qualitativa sono due: una è quella di educare a un consumo più equilibrato, che in pratica vuol dire indirizzare verso la dieta mediterranea e la produzione agroalimentare sostenibile valorizzando la tradizione italiana. E questa è una via. E poi c'è la scorciatoia, molto lucrativa per pochi, che è quella di andare verso la "chimicizzazione" dell'alimentazione. Questo vuol dire che poche mul-

## IN CONTROTENDENZA

### Da Coca-Cola e Nestlé, stop alle etichette semaforo

Le multinazionali dell'industria alimentare rinunciano alla propria versione dell'etichetta nutrizionale a semaforo. Coca-Cola, Mondelez, Nestlé, PepsiCo e Unilever, che insieme a Mars (poi chiamatasi fuori dall'iniziativa) avevano lanciato nel marzo 2017 prove sul campo per dotarsi di un'etichetta nutrizionale a colori, hanno annunciato di aver interrotto la sperimentazione. Una buona notizia per l'agrifood italiano, impegnato in questi giorni nella sua battaglia all'Onu contro l'indicazione visiva - sotto forma di bollini neri oppure di semafori - della quantità di zuccheri, sali e grassi sui prodotti alimentari. Resta però ancora aperto il fronte della regolamentazione europea: «Tutte e cinque le compagnie - si legge nel comunicato -- continuano a chiedere l'istituzione di uno schema di etichettatura comune in tutta l'Ue ed esprimono la volontà di sostenere il processo».

tinazionali a livello globale gestiscono con contenuti chimici quello che in realtà esiste nelle produzioni agroalimentari di eccellenza. Se ritocchi gli alimenti in laboratorio risparmi sulle materie prime, che non sono più naturali, non sono di qualità. Però aumenti i margini.

**L'obesità è maggiore nei paesi delle multinazionali rispetto all'Italia, che ha la dieta mediterranea...** Rispetto all'obesità l'Italia è al terzo posto al mondo, dopo Giappone e Corea. Soprattutto, in Italia l'obesità infantile è diminuita del 13% negli ultimi 10 anni, dati del ministero della Salute. Stiamo facendo progressi enormi.

**Il problema è che l'Oms quando fa una raccomandazione dà un indirizzo ben preciso, e i ministeri della Salute degli stati membri devono tenerne conto.**

L'Oms stessa ha diffuso una statistica sulle raccomandazioni che hanno prodotto in questi anni: ebbero il 68% di queste raccomandazioni hanno «poco o scarso fondamento scientifico». Solo il 9% ha fondamento scientifico.

**È grave questo.**

Absolutamente. Nel nostro caso, la risoluzione all'Onu se approvata creerebbe diversi problemi. Per fare un prodotto in cui c'è lo zucchero o il latte, tu oggi hai centinaia di migliaia di allevatori solo in Italia, piccoli agricoltori, produttori di zucchero. Così, invece, dai la chiave del controllo del mercato a poche multinazionali che marginano sempre di più con la scusa di trasformarsi da aziende di food in aziende di well-being, di benessere. Ma wellbeing così interpretato vuol dire solo che usi più chimica alla fine. Perché non è quello il benessere.

**Il danno all'export italiano è l'altro problema...**

La verità è che l'export italiano di eccellenza sta avendo così tanto successo che comincia a dare fastidio su molti mercati. Per cui mentre prima c'erano gli immigrati, che magari esportavano un po' di caciocavallo ed era quasi visto con folklore, con simpatia, oggi quando tu arrivi a superare i 4 miliardi di euro sulle esportazioni negli Stati Uniti allora è chiaro che lì dai fastidio. Se riescono a qualificare il Parmigiano Reggiano o il Grana Padano come "unhealthy" il danno arriva. Ma non scherziamo: il Parmigiano lo danno ai bambini da svezzare.

**Come se ne esce?**

Pretendendo assolutamente basi scientifiche per le raccomandazioni dell'Oms. Non è che uno solo perché lavora all'Oms e ha stipendi d'oro ha la sapienza infusa, questo non gli conferisce la saggezza intrinseca. Bisogna che si riprendano a fare raccomandazioni quando quel 68% di «scarsa di base scientifica», come dice la stessa Oms, diventa magari il 6%.

## In Italia 6,4 milioni di linee ultraveloci In crescita fibra e traffico dati mobile

TLC

Osservatorio Agcom: a giugno 2018 saliti al 40% gli accessi ultrabroadband

Andrea Biondi

Sul totale delle linee attive, quasi il 40% è "ultrabroadband", dove con questo termine si intendono le linee che permettono lo scaricamento di dati a una velocità superiore ai 30 mega. Solo un anno fa quella percentuale era vicina al 21 per cento.

Come accade spesso quando si tratta del tema dell'avanzamento - o mancato avanzamento - digitale dell'Italia il bicchiere si può considerare mezzo pieno o mezzo vuoto, a seconda dei punti da cui si parte per condurre l'analisi.

Il consueto Osservatorio trimestrale Agcom sulle comunicazioni, diffuso ieri e con dati a giugno, di sicuro comunque evidenzia il processo di trasformazione digitale del Paese, dove la fibra inizia ad avere numeri di una certa consistenza. Poi, a guardare le classifiche internazionali - come ad esempio accade quando ogni anno la

Commissione europea stila i suoi ranking in base al "Desi", il digital scoreboard che miscela vari elementi - l'Italia rincorre. Ma analizzando i dati "interni", quello che emerge dai numeri dell'Osservatorio è comunque un avanzamento con linee ultrabroadband salite a quota 6,4 milioni.

Precisazione necessaria: secondo gli ultimi dettami dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni si può parlare di fibra solo in caso di rete completamente in fibra, e quindi il cosiddetto "Ftth". Fuori rimane tutta la clientela in Ftcc (la fibra fino al cabinet di strada e poi rame) su cui hanno scommesso tanto in particolare Tim e Fastweb. Quindi i 6,4 milioni di accessi non sono "in fibra" nella versione ortodossa del termine. Detto questo, gli accessi con velocità superiore ai 30 Mbps (megabit per secondo) sono saliti in un anno del 90 per cento. E, come detto, arrivano a sfiorare il 40% totale delle linee a banda larga e ultralarga.

In quella percentuale c'è una parte di fixed wireless - vale a dire gli accessi ultraveloci attraverso il sistema radio - ma la gran parte delle linee ultrabroadband è suddivisa fra Ftcc e Ftth. E a quanto si legge nella rilevazione Agcom la crescita degli accessi

è stata pari a 1,97 milioni di linee in un anno per la velocità compresa fra 30 e 100 Mbps e di oltre 1 milione per le linee con velocità superiore ai 100 Mbps. A questo fa da contraltare la riduzione costante del peso delle linee con velocità sotto i 10 Mbps, sceso dal 78,7% di giugno 2014 al 28,3% di giugno 2018. E anche quelli fra 10 e 30 Mbps si sono ridotti in un anno di 1 milione di unità.

e ultralarga - vede Tim quale maggiore operatore con il 44,7% di quota di mercato, seguito da Vodafone (15,2%), Fastweb (14,8%) e Wind Tre (14,4%).

L'evoluzione digitale degli italiani fotografata dall'Osservatorio Agcom, è visibile anche nel comparto mobile. Qui le sim sono 101,4 milioni: 2,4 milioni in più rispetto a un anno prima. La crescita è però tutta ascrivibile alle cosiddette "machine-to-machine" (+4,1 milioni) che collegano macchine. Quelle "solo voce" e "voce+dati" (82,9 milioni) si sono ridotte di 1,7 milioni di unità. Tim (con un aumento di 0,9 punti rispetto a giugno 2017) sale al 31,2% delle sim complessive, mentre Wind Tre (-1,6 punti) scende al 30,4% con Vodafone al 30 per cento. Tuttavia, considerando unicamente le sim "human", escludendo quindi le M2M, nonostante una quota in calo di 1,4 punti percentuali, Wind Tre rimane in testa con il 34,5% (-1,2%). Al di là delle classifiche, l'Osservatorio rileva come siano cresciute le sim "dati": hanno sfiorato i 54 milioni (+3,5% su base annua), con un consumo medio unitario di dati stimabile in 3,63 GB/mese (+54,7%). E a farne le spese sono stati, ancora, gli sms: -35% su base annua, a circa 6,5 miliardi.

**A 100 MEGA**  
A giugno 2018 gli accessi con velocità superiore ai 100 Mbps sono saliti di 1 milione annuo

Un ultimo dato infine sull'evoluzione del settore: se nel giugno 2014 il 95% degli accessi alla rete fissa era in rame, dopo quattro anni questi sono scesi al 65%, per una flessione di oltre 6 milioni di linee. Nello stesso periodo sono cresciuti gli accessi tramite altre tecnologie qualitativamente migliori, in particolare quelle in tecnologia Ftcc (+5 milioni di unità), Ftth (+400 mila) e Fwa (+650 mila). Il quadro complessivo - considerando però banda larga

# ENI DIESEL+

PER TE CHE HAI A CUORE  
LA VITA DELLA TUA AUTO  
E L'AMBIENTE.

**Vuoi che la tua auto duri di più?  
Inizia prendendoti cura del motore con Eni Diesel +.**

Eni Diesel +, grazie agli speciali detergenti, elimina i residui delle combustioni precedenti e mantiene gli iniettori in condizioni ottimali. Così contribuisce a dare più potenza al motore e più vita alla tua auto. Inoltre Eni Diesel +, prodotto nella bioraffineria Eni di Venezia, anche grazie al 15% di componente green rinnovabile, riduce l'impatto ambientale e i consumi rispetto al diesel tradizionale.

#EniDieselPiùVitaAlMotore

enistation.com

**Provalo in oltre 3000 Eni Station**