

FORUM COLDIRETTI

A Cernobbio il battesimo di Consorzi Agrari d'Italia

L'annuale meeting di villa d'Este si è aperto il 16 ottobre con l'annuncio della nascita della società consortile. Al centro del dibattito anche la tutela del made in Italy e le nuove sfide dell'agricoltura.

ELENA CONTINI

Villa d'Este a Cernobbio (CO), dove si è svolto il forum Coldiretti.



Foto Arch. Coldiretti

Si chiama “Consorzi Agrari d'Italia” e la sua nascita, salutata come un «evento storico» dal ministro per le Politiche agricole, **Luca Zaia**, è stata annunciata a Cernobbio nella giornata inaugurale del Forum internazionale Coldiretti (organizzato in collaborazione con lo studio Ambrosetti), che si è svolto come di consueto sulle rive del lago di Como il 16 e 17 ottobre scorso. È una società per azioni, costituita inizialmente da 23 Consorzi agrari tutti del centro-nord (perché è

aperta solo a quelli *in bonis*), tra cui Bologna-Modena, Forlì-Cesena-Rimini, Piacenza, Ravenna e Reggio Emilia; ha un capitale sociale di 4 milioni di euro, un fatturato stimato di 3 miliardi su 1.300 punti vendita e conta 300.000 imprese. Alla *holding* - che ha una *governance* duale, basata su un consiglio di sorveglianza e uno di gestione - fanno capo quattro società di scopo, attive nel *trading*, nella trasformazione industriale, nella gestione dei punti vendita e del patrimonio immobiliare. Si tratta di un gigante che interessa quasi un'impresa agricola su tre ed aspira a diventare *leader* nel settore cerealicolo (con il 20% della produzione nazionale) e nella commercializzazione di mezzi tecnici per l'agricoltura (25% dei trattori venduti). Quattro gli obiettivi che persegue: creare una rete efficiente di servizi su tutto il territorio nazionale; accrescere il peso degli agricoltori nelle relazioni industriali; concentrare l'offerta e la commercializzazione delle produzioni; rafforzare la presenza diretta sul mercato di prodotti agroalimentari “firmati dagli agricoltori”. In sintesi, come ha spiegato il presidente del consiglio di sorveglianza, **Luigi Gruppi**, «creare marginalità per le aziende agricole e per gli stessi Consorzi», cioè aumentare la redditività degli agricoltori realizzando una rete di distribuzione commerciale che li veda protagonisti. Aperta a 360 gradi al mondo agricolo, «la società presenterà entro i prossimi mesi il piano industriale», ha spiegato **Pierluigi Guarise**, presidente del consiglio di gestione.

«Un progetto che abbiamo sostenuto e condiviso, delineandone in parte il percorso», ha affermato il presidente nazionale di Coldiretti, **Sergio Marini**, nel tenere a battesimo la società al fianco del ministro Zaia, per il quale «la nuova *holding* servirà per fare economia di scala, fornire le *commodity* a prezzi più vantaggiosi e dare di più all'agricoltore».

Il ministro per le Politiche agricole Luca Zaia (a sinistra) e Pierluigi Guarise (a destra), presidente del consiglio di gestione di Consorzi Agrari d'Italia.



Foto Arch. Coldiretti

COMBATTERE LE IMITAZIONI E GARANTIRE TRASPARENZA

Apprezzamento condiviso dal ministro del Lavoro, **Maurizio Sacconi**, secondo cui «le reti consortili razionalizzano e garantiscono efficienza». Nel suo intervento alla nona edizione del forum il ministro ha espresso «soddisfazione anche per il successo ottenuto dai *voucher*, soprattutto in agricoltura, dove è necessario usare strumenti snelli e flessibili, che favoriscano l'emersione dal lavoro nero. In questo settore il binomio trasparenza-semplificazione è stato e sarà alla base delle scelte del Governo».

Un tema su cui ha molto insistito Marini, che assieme a Sacconi ha inaugurato a villa d'Este il "museo degli orrori": una galleria con oltre cento falsi alimentari d'autore, dalla mortadella fatta con carne di tacchino al pecorino con latte di mucca, dal finto Parmigiano finito addirittura sugli scaffali della più grande catena di supermercati europei al barbera che in Romania è un comune vino bianco. «L'elenco è infinito - ha ricordato Marini - visto che all'estero tre prodotti alimentari su quattro venduti come italiani sono falsi e il mercato delle imitazioni va-



le oltre 50 miliardi di euro. È un inganno globale per i consumatori, che causa enormi danni economici e di immagine al *made in Italy*. Occorre fare chiarezza a livello nazionale ed europeo ed estendere a tutti i prodotti l'obbligo di etichettatura di origine».

Il ministro del Lavoro, Maurizio Sacconi (a destra), affiancato dal presidente di Coldiretti, Sergio Marini.

IL RUOLO STRATEGICO DELL'EUROPA

Sulla necessità di tutelare il patrimonio agroalimentare italiano si sono trovati d'accordo tutti i relatori: da **Roberto Formigoni**, presidente della

CON "AGRIPOD" L'AGRICOLTORE ARRIVA NEGLI SCAFFALI DEL SUPERMERCATO

Acquistare in un supermercato una confezione di rucola guardando la faccia del contadino che l'ha coltivata e verificare quando è stata raccolta e confezionata.

Da oggi è possibile grazie ad un'invenzione tecnologica realizzata dall'Unità di ricerca NanoDesign dell'Università luav di Venezia che, in collaborazione con Coldiretti, ha dato vita ad "Agripod". Si tratta di un *display* che, attraverso la modalità *touchscreen*, fornisce una sorta di carta di identità di ciò che si acquista: il sistema si fonda sull'applicazione di un *microchip* alla confezione del prodotto alimentare, che avvicinato allo schermo permette di scoprire le generalità, il territorio di origine, i vari passaggi della lavorazione, i tempi e le distanze percorse; in altre parole, il tragitto compiuto dal campo allo scaffale di vendita. Oltre a queste caratteristiche, Agripod consiglia anche ricette e fornisce indicazioni sulle possibilità di vacanze "naturali" disponibili nella zona di coltivazione del prodotto che si sta acquistando.

Quello presentato in anteprima al forum di Cernobbio è un prototipo che sarà sperimentato in alcuni piccoli supermercati del Veneto e che, in futuro, Coldiretti conta di estendere alla grande distribuzione, con la quale sono già stati avviati i primi contatti. Per il momento testato su rucola, zucca, radicchio trevigiano e pasta artigianale, grazie alla collaborazione di un gruppo di imprenditori agricoli particolarmente sensibili alla filosofia dei "chilometri zero", Agripod potrà essere utilizzato per tutti i prodotti.

Un'invenzione curiosa, che può rivelarsi utile per i consumatori desiderosi di conoscere meglio ciò che mettono nella busta della



spesa: il video fornisce infatti la foto dell'agricoltore, i dati dell'azienda e della vita del prodotto: semina, raccolta, lavaggio, confezionamento, spedizione e vendita. Informazioni che i produttori italiani già registrano, ma che in questo modo mettono a disposizione del consumatore. «Ed è interessante che una tecnologia recente e d'avanguardia come quella sperimentata con Agripod - ha affermato **Kristian Kloeckl**, direttore dell'unità di ricerca luav, nell'illustrarne il funzionamento - venga applicata al contesto produttivo più antico come quello agricolo locale». (e.c.) ■



Foto Arch. Coldiretti

Il presidente nazionale di Coldiretti, Sergio Marini, con un cesto di prodotti alimentari finti made in Italy.

Regione Lombardia, che si è detto «molto favorevole alla realizzazione di una filiera agricola nazionale», ad **Antonio Tajani**, vicepresidente della Commissione europea. «La qualità - ha affermato - è il fiore all'occhiello del nostro Paese, e proprio la qualità come chiave di crescita, la riforma della politica di sviluppo rurale e la revisione della Pac sono le tre sfide che l'agricoltura europea ha davanti». «Solo se l'Europa saprà muoversi compatta, come primo interlocutore per il nuovo potente asse americano-cinese, non rimarrà esclusa dalle scelte eco-

nomiche e politiche mondiali»: questo il pensiero di **Federico Rampini**, editorialista del quotidiano *La Repubblica* e attuale corrispondente dagli Stati Uniti, nel tratteggiare il nuovo scenario globale.

Uno scenario in cui la Cina fa sempre più paura e l'America «sta vivendo un vero e proprio cambio di mentalità»: lo ha detto **Neil Hamilton**, direttore dell'*Agricultural law center* e ispiratore della politica agricola di Obama. «L'amministrazione - ha aggiunto - ha un nuovo ordine del giorno "verde" incentrato non solo sulla produzione, ma su come l'agricoltura impatta l'ambiente e modella la salute dei cittadini. In questi mesi sono già stati avviati tanti cambiamenti: maggiore appoggio ai piccoli agricoltori, rafforzamento delle comunità rurali e sviluppo di *farmer's market* e orti biologici». La diffusione degli orti e dei mercati contadini, oltre al recupero dei fabbricati agricoli dismessi, sono gli strumenti adottati anche dal sindaco di Roma, **Gian-ni Alemanno**, e descritti nel suo intervento alla due giorni di Cernobbio.

Un appuntamento che ha portato sul tavolo molti argomenti di discussione e confronto, non ultimo il problema della fame nel mondo: la giornata inaugurale del *meeting* coincideva, non a caso, con quella mondiale dell'alimentazione. Su questo tema il direttore generale della Fao, **Jacques Diouf**, ha rivolto un appello ai *leader* della Terra: «Eliminare la fame in tempi brevi e aumentare gli aiuti per lo sviluppo dell'agricoltura». ■

INDAGINE COLDIRETTI-SWG: GLI ALIMENTARI ITALIANI STRACCIANO LA CONCORRENZA

Il 92% degli italiani si fida di più dei prodotti alimentari nazionali che di quelli esteri e il 47% ritiene che valgano il 30% in più; una fiducia legata alla sicurezza, alla migliore qualità (bontà e freschezza) e a garanzie di maggiori controlli, che rappresentano le principali motivazioni ad acquistare prodotti del Belpaese. Tematiche a cui i consumatori si mostrano sempre più sensibili, tant'è vero che il 97% ritiene necessaria l'etichettatura di origine e il 63% (dato in costante crescita) è convinto che gli alimenti Ogm siano meno salutari. Questi i risultati dell'indagine su "I valori dell'agroalimentare italiano", realizzata da Coldiretti-Swg su un campione di 1.600 intervistati e presentata all'annuale *meeting* di Cernobbio. Una ricerca da cui emerge non solo la netta propensione all'acquisto di prodotti nazionali (soprattutto nei settori dell'alimentare e dell'abbigliamento, che si rivelano il vero traino del *made in Italy*), ma anche la convinzione che questo patrimonio dovrebbe essere più tutelato: il 53%, infatti, riterrebbe opportuno proteggere con i dazi le nostre produzioni e l'84% è convinto che per rilanciare l'economia sia giusto acquistare prodotti nostrani.

«Se quella dei dazi è una proposta provocatoria, è però necessario

cogliere il "sentimento" diffuso che emerge verso la difesa dell'identità territoriale delle produzioni - ha commentato il presidente nazionale di Coldiretti, **Sergio Marini** -. Segno che la nostra battaglia per la creazione di una filiera agricola tutta italiana e per l'etichettatura di origine è giusta, perché il consumatore è sempre più consapevole ed esige trasparenza».

Una "maturità" sottolineata anche dal presidente dell'Swg, **Roberto Weber**, che ha spiegato come si stia sempre più consolidando il rapporto con il produttore: il 65% degli italiani, infatti, si sentirebbe più garantito su qualità e sicurezza alimentare da un marchio degli agricoltori. Affezione al territorio confermata dal boom degli acquisti diretti, che quasi il 50% dichiara di fare "almeno qualche volta". «Si tratta di un'abitudine sempre più diffusa - ha precisato Weber - perché il consumatore identifica nei troppi passaggi della filiera e nei ricarichi eccessivi applicati dalla distribuzione le cause principali degli aumenti dei prezzi».

Infine, una curiosità emersa dalla ricerca: i terreni agricoli battono addirittura l'oro nella classifica degli investimenti giudicati più sicuri. (e.c.) ■