

L'agroalimentare nazionale vale 205 miliardi e rappresenta il 12% del Pil ma è soprattutto un elemento di traino per l'intera economia all'estero dove rappresenta il vero simbolo del Made in Italy. E' quanto è emerso all'incontro al primo Forum dell'agroalimentare italiano organizzato da Filiera Italia e Coldiretti a Tuttofood alla presenza del Presidente del Consiglio Giuseppe Conte. All'evento hanno partecipato insieme al presidente di Coldiretti Ettore Prandini, al segretario generale Vincenzo Gesmundo e a quello di Filiera Italia Luigi Scordamaglia, l'Assessore agricoltura e alimentazione della regione Lombardia Fabio Rolfi, il Presidente Fondazione Fiera Milano Giovanni Gorno Tempini, il Presidente dell'ICE Carlo Ferro, il Presidente Confindustria Lombardia Marco Bonometti, Nunzio Tartaglia responsabile direzione CDP imprese e Paolo De Castro Presidente Comitato Scientifico Filiera Italia.

Con 1,3 milioni di addetti, +33,3% in 5 anni, 41,8 miliardi di euro di esportazioni con un incremento del 47,8% dal 2008, le imprese agricole di eccellenza italiane rappresentate da Coldiretti e i principali marchi dell'industria alimentare nazionale, riuniti in una storica alleanza, hanno presentato al presidente del Consiglio Conte una realtà da primato del Made in Italy nel mondo e le aspettative che il settore ha per il futuro. Una realtà eccezionale fotografata dal primo studio su "Il valore della filiera italiana del cibo" illustrato durante il convegno dal presidente del Censis Giuseppe De Rita.

Ma la potenza del Made in Italy del cibo non sta solo nella grandezza dei suoi numeri aggregati che mostrano un settore in decisa controtendenza che cresce più e meglio degli altri e che in poco tempo è stato capace di diventare un traino per l'economia italiana. A fare la differenza è proprio il modello che oggi la produzione agricola nazionale e la parte migliore dell'industria alimentare condividono a pieno e difendono. Va proprio nel senso di promuovere e valorizzare un modello di sviluppo unico e distintivo e una strategia unitaria di internazionalizzazione la partnership tra Filiera Italia e Fiere di Milano che punta a sostenere Milano come porta del cibo italiano verso il mondo

"Con questa iniziativa abbiamo ripreso in mano il testimone lasciato da Expo con il suo slogan "no farmers no party" per sostenere il nuovo protagonismo delle imprese agricole che rappresentano il vero valore aggiunto del sistema agroalimentare nazionale", ha affermato il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel sottolineare che "con Filiera Italia abbiamo promosso una realtà innovativa legata da un tessuto valoriale che rinvia alla tutela dell'origine, alla difesa del patrimonio agroalimentare, alla sostenibilità, all'equità negli scambi e nel mercato".

Prandini ha evidenziato il ruolo chiave dell'impresa agricola nella filiera "sarà fondamentale riscoprire il ruolo degli imprenditori agricoli. Se togliamo l'agricoltura dal valore

dell'agroalimentare, a venire meno è tutto il comparto, così come viene meno anche il settore dell'industria che realizza le strutture per l'agricoltura e che insieme a noi rappresenta la maggior parte del Pil del Paese, non solo il 12%".

Per il presidente della Coldiretti la competizione non deve riguardare la dimensione, ma la distintività e qualità delle nostre imprese: "sullo 0,8% di superficie rappresentiamo il 70% della biodiversità mondiale". Un patrimonio unico che non può vantare nessun'altra agricoltura. Il presidente della Coldiretti ha acceso i riflettori sulla nuova politica agricola comune che dovrà valorizzare l'occupazione.

"L'agricoltura italiana - ha detto - è la prima in termini di occupazione, siamo i più specializzati e il valore aggiunto di ciò che produciamo per ettaro non ha eguali nel contesto europeo". Per questo secondo Prandini la partita della nuova Pac va giocata in attacco e non in difesa. "in Italia abbiamo costi di produzione che sono diversi da quelli di altri Stati membri; dobbiamo fotografare quello che resta in tasca all'imprenditore e partire di lì per parlare di convergenza".

Il nervo scoperto dell'italian sounding, dimostra poi che l'Italia ha un potenziale unico confermato dai 100 miliardi di cibo venduto per italiano e che italiano non è a fronte dei 42 miliardi di export di vero made in Italy." Allora c'è qualcosa da fare - ha evidenziato Prandini - e migliorare come sistema". E l'idea è di avviare il racconto della distintività, della cultura del cibo partendo dalle scuole dove Coldiretti, che sta firmando un accordo con il ministero dell'Istruzione, insegnerà educazione alimentare facendo percepire ai bambini che nel cibo ci sono turismo, paesaggio, conoscenza del nostro paese nel mondo. Prandini poi ha indicato al presidente del Consiglio le altre questioni aperte, dalle infrastrutture alla sostenibilità, con la scelta della chimica verde, fino a un ente unico per la promozione delle produzioni agroalimentari nel mondo mettendo fine alle "miriadi di enti che fanno tutto e non fanno niente".

Prandini ha poi indirizzato a Conte un appello ad approvare i decreti attuativi sull'etichettatura. Nel dare atto al premier per il coraggio avuto nell'estendere l'etichettatura trasparenti a tutti i prodotti agroalimentari, il presidente ha chiesto infatti di accelerare su un intervento che per gli agricoltori è strategico. E a stretto giro è arrivato l'impegno di Conte che ha indicato l'etichettatura tra le priorità per tutelare il made in Italy, oltre all'esigenza di migliorare le opportunità di lavoro e di reddito, difendere i marchi italiani e soprattutto combattere il falso made in Italy e l'Italian sounding.

Conte ha affermato che il governo ha ben chiare le criticità e in particolare per quanto riguarda l'italian sounding ha sottolineato che il problema esiste anche in Italia e dunque va

sostenuto tutto il sistema che lavora contro la contraffazione. Risposta in linea con le richieste della Coldiretti anche sull'etichettatura: "Dobbiamo lavorare - ha detto il premier - per ottenere una disciplina più armonica e rigorosa per quanto riguarda i diversi sistemi di etichettatura, qui- ha aggiunto - c'è il problema dei decreti attuativi ai quali dobbiamo lavorare". Con obiettivi precisi: garantire una maggiore trasparenza per i consumatori, ottenere una più sicura tracciabilità e una maggiore consapevolezza degli acquisti e combattere in questo modo la concorrenza sleale dei prodotti stranieri. Conte ha poi criticato le etichette a semaforo: "dobbiamo scongiurare ossessioni ed eccessi come mettere un codice rosso sul nostro olio di oliva".

Qualità, sicurezza e tipicità dell'alimentare sono le caratteristiche su cui il Governo intende puntare: "i valori che ci rendono competitivi a livello mondiale". Un'altra leva di rilancio è stata indicata nell'internazionalizzazione. Conte ha sottolineato i risultati brillanti dell'export che ha raggiunto il record di quasi 42 miliardi e che consente di programmare una ulteriore crescita. Ma è necessario fare sistema con una riorganizzazione che faccia leva anche sulla rete delle ambasciate. Conte ha ricordato poi le nuove aperture con la Cina e per quanto riguarda i dazi Usa su una lunga lista di prodotti ha assicurato "faremo il possibile anche dati i buoni, ottimi rapporti con l'amministrazione americana per scongiurare un nocumento alle nostre esportazioni". E infine ha citato un esempio virtuoso di presenza italiana all'estero: il corner di prodotti made in Italy promosso dalla Coldiretti nei supermercati di Lulu Group in Qatar inaugurato dallo stesso premier che lo ha definito: "uno dei momenti più belli di quel viaggio".

Al termine del forum Prandini e Gesmundo hanno consegnato al premier un cesto con i prodotti del falso Made in Italy a tavola scovati nei diversi continenti.

"Quello che con l'eredità di Expo è ormai sempre più riconosciuto a livello globale - ha detto Luigi Scordamaglia Consigliere delegato di Filiera Italia - è che la filiera italiana del cibo viene considerata il modello ideale per vincere la sfida alimentare del futuro a livello globale. Un modello unico e distintivo il cui successo globale non può che poggiare su una strategia unica e condivisa di filiera. Fare filiera vuol dire avere commitment pluriennali e trasparenti tra industria e produzione agricola, vuol dire raccontare insieme sui mercati mondiali il vero storytelling delle nostre eccellenze alimentari, vuol dire fare insieme battaglie senza se e senza ma per la massima trasparenza in etichetta e dei processi produttivi, contrastare chiunque sfrutti l'Italian sounding per rubare valore ed identità.

In questo senso oggi abbiamo chiesto con una voce sola al Presidente Conte di mettere la filiera del cibo al centro delle priorità politiche del Paese, di difenderla a livello internazionale da dazi e false imitazioni, di adottare politiche premianti anche di carattere

fiscale per chi produce in Italia usando prodotti agricoli nazionali, di completare il percorso sulla trasparenza di origine in etichetta”.