

ECONOMIA Ad Euroflora incontro della Coldiretti sulla filiera florovivaistica tutta italiana

Un marchio contro l'invasione di fiori stranieri

Le importazioni di fiori e piante in Italia sono cresciute in valore del 18 per cento per un importo complessivo di 560 milioni di euro, mai raggiunti in passato. E' lo scenario emerso dall'incontro "Una filiera florovivaistica tutta italiana", organizzato da Coldiretti all'Euroflora, a Genova, con la partecipazione del Presidente Nazionale della Coldiretti Sergio Marini. L'analisi presentata da Coldiretti sulla base di dati Istat relativi al 2010 evidenzia una vera e propria invasione di rose straniere recise che fanno registrare un aumento del 21



per cento per un valore record di 68 milioni di euro, ma anche di piante da fiore per appartamento che, con un balzo del 27 per cento, raggiungono i 71 milioni di euro. Per le rose si tratta di fiori che arrivano in Italia soprattutto attraverso triangolazioni dall'Africa che fanno tappa in Olanda. L'aumento della domanda di fiori e piante Made in Italy all'estero dell'11 per cento per un importo di 656 milioni di euro ha però consentito di mantenere positiva la bilancia commerciale. A spingere l'au-

mento record delle importazioni è stato sicuramente la mancata proroga dell'agevolazione sul gasolio destinato al riscaldamento delle serre che rappresenta un insosteni-

verso coltivazioni con un minore fabbisogno termico, non essendo in grado di reggere gli aumenti dei costi di produzione determinati da gasolio e concimi. Nel corso dell'incontro è stata presentata anche un'indagine realizzata da Coldiretti/Swg sul futuro del fiore Made in Italy, dalla quale è emerso che un marchio di garanzia creato dai floricoltori italiani attrae ben l'85 per cento dei consumatori che attribuiscono alla produzione nazionale le caratteristiche di freschezza, durata, buon rapporto qualità/prezzo e rispetto dell'ambiente in misura netta-

mente superiore al prodotto importato. La superiorità del prodotto italiano si manifesta in tutte le principali occasioni di acquisto come il regalo di un mazzo di fiori, l'allestimento di una addobbo floreale per un matrimonio, l'acquisto di una pianta in vaso per la casa. Una grande potenzialità si evidenzia dalla vendita di fiori, piante, bulbi e sementi attraverso i mercati degli agricoltori che è approvata dall'84 per cento degli italiani anche perché garantisce l'origine nazionale dei prodotti acquistati.

mentale aumento dei costi in un settore che deve subire un forte pressing competitivo da paesi extracomunitari. Una situazione aggravata dalla mancanza di trasparenza sull'origine dei fiori in vendita che consente di "spacciare" come Made in Italy quelli importati che rappresentano fino al 60 per cento dell'offerta nazionale. Sono così a rischio le produzioni florovivaistiche che hanno reso famosa l'Italia nel mondo, tanto che molte aziende hanno già dovuto riconvertire le proprie produzioni, orientandosi

bile aumento dei costi in un settore che deve subire un forte pressing competitivo da paesi extracomunitari. Una situazione aggravata dalla mancanza di trasparenza sull'origine dei fiori in vendita che consente di "spacciare" come Made in Italy quelli importati che rappresentano fino al 60 per cento dell'offerta nazionale. Sono così a rischio le produzioni florovivaistiche che hanno reso famosa l'Italia nel mondo, tanto che molte aziende hanno già dovuto riconvertire le proprie produzioni, orientandosi

QUALITÀ Presentato un documento contro le pratiche commerciali scorrette

Il Copa Cogeca chiede filiere più eque

Mentre in Europa continuano le attività del Forum di Alto Livello sulla filiera alimentare, il Copa Cogeca, il Comitato che riunisce gli agricoltori e le cooperative dell'Ue, sta lavorando su due documenti che daranno utili input alla Commissione Europea e cercheranno di orientarla verso un maggiore supporto agli agricoltori. L'attenzione va da un lato alle proposte positive da replicare (un codice di buone prassi) e dall'altro alle pratiche commerciali inique - che falsano la concorrenza tra le imprese nelle loro relazioni "business to business" - da reprimere. La situazione nella filiera alimentare è da tempo all'attenzione della Commissione e del Parlamento Europeo, che l'anno scorso ha sottolineato le difficoltà crescenti in cui si trova oggi la remunerazione del lavoro agricolo. La bozza - alla cui redazione Coldiretti aveva partecipato attivamente - è stata seguita da attività e studi della Commissione Ue, che ha istituito un Forum di Alto Livello. Per quanto riguarda il codice di buona prassi, il Copa Cogeca sta raccogliendo commenti (anche da Coldiretti) su quegli usi che possono avere un ruolo nel riequilibrare la filiera alimentare, presi da contesti in cui sem-

bra abbiano dato risultati soddisfacenti. Nelle intenzioni del Copa Cogeca, il Codice di Buona Prassi Europeo dovrebbe avere un Comitato Interno di sorveglianza e, in caso di disputa tra coloro che lo sottoscrivono, si dovrebbe adire il Giudice di Pace. Il Copa Cogeca ha poi stilato una Lista non esaustiva di Pratiche Commerciali Inique, escluse da qualsiasi transazione commerciale, visto che l'attuale legislazione europea sulla competizione rimane ancorata alla tutela dei consumatori finali più che alla salvaguardia di corrette pratiche commerciali tra attori della filiera. Sia l'Alto Gruppo che la Commissione hanno formulato diverse proposte da trasformare in azioni vere e proprie. Il Forum dovrebbe garantire un controllo sulle proposte avanzate, con una expertise ampliata dei partecipanti e una rappresentanza allargata a tutti gli attori che compongono la filiera. Il Copa Cogeca chiede quindi con forza alla Commissione di rendere vincolante la legislazione comunitaria esistente, con particolare attenzione a prevenire o punire situazioni e comportamenti abusivi così come tutte le pratiche anti-concorrenziali nella filiera alimentare.

NOTIZIE IN BREVE

AMBIENTE

Dal Cipe 4 milioni per il biologico

Una notizia positiva per l'agricoltura biologica: è stata pubblicata in Gazzetta Ufficiale la delibera del Cipe che destina 4 milioni di euro al Piano d'azione di settore per il 2011, accogliendo la proposta di ripartizione di assegnare 100 milioni di euro dedicati al settore agroalimentare nell'ambito del Fondo Infrastrutture (ai sensi della finanziaria 2010).

Sistri, pubblicato il testo unico

Con il decreto del Ministero dell'ambiente n.52/11 è stato approvato il Regolamento recante istituzione del Sistema di controllo della tracciabilità dei rifiuti. Resta la data del 31 maggio 2011 come termine che disciplina il periodo di coesistenza tra le disposizioni in materia di Sistri ed i vecchi adempimenti (formulario di trasporto e registro di carico e scarico) in materia di rifiuti.

L'ANALISI

A Pasqua +6% prezzi agnelli

La Pasqua ha portato una boccata d'ossigeno agli operatori del comparto oviceprino, che da tempo denunciano una condizione di grave crisi determinata soprattutto dai bassi prezzi del latte e dalla concorrenza sleale da parte dei prodotti importati dall'estero e spacciati come italiani. Le ultime rilevazioni dell'Ismea relative al bestiame vivo indicano un generale incremento delle quotazioni rispetto al 2010.

PESCA

Quattro mesi di fermo per salvare l'ittico

Fermo pesca di quattro mesi per la fascia costiera e blocco dell'attività delle imprese per 30 o 60 giorni, per invertire una tendenza che nei primi mesi dell'anno ha visto crollare la produzione ittica (-50 per cento), tanto che dal prossimo 30 aprile l'Italia dipenderà sempre di più dalle importazioni di pesce straniero. E' la proposta di Coldiretti ImpresaPesca dopo l'allarme lanciato dal dossier "Fish Dependence Day".

SPUNTI DI RIFLESSIONE

Papa Wojtyla Beato

Oltre un milione e mezzo di persone hanno partecipato alla beatificazione di Papa Giovanni Paolo II avvenuta a Roma, in Vaticano.



Secondo uno studio la trattativa in corso per il libero scambio penalizzerà i produttori europei

Agricoltura, allarme per l'accordo Ue-Mercosur

A rischio redditi per tre miliardi e 30mila posti di lavoro

Una perdita secca per il settore di oltre tre miliardi di dollari di entrate annue, con i redditi degli agricoltori che diminuirebbero fino al 3,2% e la scomparsa di 33mila posti di lavoro. Sono gli effetti che potrebbero scaturire dalla trattativa in corso ad Asuncion, in Paraguay, tra Unione Europea e paesi del Mercosur (Brasile, Argentina, Uruguay e Paraguay). L'obiettivo del summit è raggiungere un accordo di libero scambio che porterà un'apertura dei mercati agricoli europei alle importazioni dal Sud America in cambio di un maggior accesso ai mercati dei servizi e dei prodotti industriali (ad esempio macchine) da parte dei paesi latini. A farne le spese sarebbero soprattutto i coltivatori europei, tanto che sono ormai in molti a pensare che la trattativa rappresenti una vera e propria svendita dell'agricoltura comunitaria, dando il via libera all'importazione di derrate alimentari a basso costo che finirebbe per spingere molti produttori dell'Ue fuori dal mercato. Il quadro delle possibili conseguenze per il set-

tore al 2020 è stato fatto da uno studio realizzato per la direzione generale agricoltura della Commissione europea dal centro di ricerca scientifica comunitario (Jrc). Ed è un quadro assolutamente negativo. Dal documento



emerge, infatti, che i redditi degli agricoltori Ue diminuirebbero in media (secondo le opzioni scelte) tra lo 0,5% e il 3,2%, mettendo a rischio 33mila posti di lavoro annui. Ma, sempre secondo lo studio, l'impatto "medio generale, maschera effetti molto più pronunciati per i settori agricoli specifici e tende ad essere concentrato nelle regioni vulnerabili,

che hanno un forte specializzazione nelle produzioni più sensibili". Particolarmente penalizzati gli allevamenti bovini, con la produzione che si ridurrebbe di 150.000 tonnellate l'anno, mentre i prezzi ai produttori diminuirebbero dell'8%, ma effetti negativi si avrebbero su un po' tutti i settori, dai suini al pollame, dall'ortofrutta (agrumi e uva da tavola in primis) fino all'olio d'oliva, ai cereali, al latte, al riso. "Un accordo catastrofico per l'agricoltura europea - conferma in una nota il Copa Cogeca, il Comitato che riunisce gli agricoltori e le cooperative dell'Ue - e le valutazioni non tengono neppure conto dell'impatto sull'occupazione nelle zone rurali dell'Ue, in cui le perdite di posti di lavoro rischiano di essere enormi in quanto, in queste aree, il settore agricolo fornisce 28 milioni di posti di lavoro". L'ultima parola spetterà ora ai 27 Stati membri (l'ultimo atto del negoziato è previsto per il luglio prossimo), ma si è già costituito un fronte di Paesi e organizzazioni contrari al raggiungimento dell'accordo.

ECONOMIA

Una filiera agricola tutta italiana anche per il florovivaismo

La sintesi dell'intervento del presidente di Coldiretti, Sergio Marini, ad Euroflora 2011.



Finalmente anche nel florovivaismo Coldiretti parte con la filiera agricola tutta italiana. E' un settore fondamentale per il settore agricolo e per l'intera economia del Made in Italy dove non mancano però le difficoltà soprattutto sul mercato interno. Il settore è in difficoltà da prima che iniziasse la crisi internazionale. I problemi sono tanti, a cominciare dai costi di produzione troppo alti (non siamo riusciti a trovare 20 milioni per le accise sul gasolio agricolo ma ne abbiamo trovati 150 sulla manodopera). Il problema dei costi è serio e continueremo a batterci per contenerli. Ma, soprattutto, c'è un vero problema di dumping. Mai come in questo settore il dumping si fa sentire! Non non siamo protezionisti. Siamo per il libero mercato; ma il libero mercato che c'è nel florovivaismo è esagerato e senza nessun tipo di controllo. Dumping sociale, ambientale, sanitario. C'è di tutto. Noi siamo dentro ad una regolamentazione molto rigida, mentre il resto del mondo fa quello che vuole. La Politica comunitaria non si è mai occupata di florovivaismo. I piani di sviluppo rurale (Psr) non hanno soddisfatto appieno le esigenze di un settore dove c'è un'elevata necessità di investimenti. Scarsa attenzione al verde pubblico da parte delle Pubbliche Amministrazioni che non sempre hanno capito che l'Italia crescerà nel futuro grazie al fatto che riesce a promuovere quello che di bello ha, la sua agricoltura, i suoi paesaggi, i suoi monumenti, il suo florovivaismo. Se entra in una città con tutte le aiuole disfatte, è evidente che ci puoi mettere anche il più bel monumento ma il turista non resta indifferente.

SEGUE A PAGINA 3

ECONOMIA Italia, Francia e Spagna assieme per studiare misure di tutela del settore

Un patto comune per difendere l'ortofrutta

Preoccupano import e barriere fitosanitarie

La sede romana della Coldiretti di Palazzo Rospigliosi ha ospitato l'incontro ortofrutticolo Italia-Francia-Spagna, organizzato dal Mipaaf. Obiettivo del summit tra le delegazioni ministeriali e le rappresentanze professionali dei tre principali paesi produttori di ortofrutta dell'Unione europea quello di individuare punti comuni su cui concentrare iniziative per la difesa delle produzioni ortofrutticole. Dal dibattito e dall'analisi delle diverse situazioni sono emerse diverse criticità. Le preoccupazioni per la prossima campagna peschicola hanno riproposto il tema delle crisi di mercato e di come affrontarle, visto che finora la Commissione europea non ha fatto proposte adeguate. È stato evidenziato come il sistema dei prezzi di in-

gresso non funzioni, non riuscendo a disciplinare in maniera corretta le importazioni extracomunitarie; il che è apparso particolarmente evidente visti i grossi problemi che hanno avuto alcuni prodotti. Prese in esame anche le tematiche legate all'import dal Marocco di pomodoro destinato al consumo fresco e al mancato rispetto degli accordi stipulati con l'Unione; ma anche i recenti casi di importazioni non regolari di aglio dalla Cina. Sono stati poi toccati gli aspetti fitosanitari, con riferimento alla nuova disciplina che dovrebbe permettere l'armonizzazione degli utilizzi in ambito comunitario, con una particolare preoccupazione per molte produzioni ortofrutticole che hanno visto ridursi notevolmente il numero di prodotti utilizzabili nella



difesa fitosanitaria. Rilancio dei consumi di ortofrutta, rimozione delle barriere fitosanitarie che ancora bloccano l'export dei prodotti comunitari su alcuni mercati, reciprocità delle regole con i paesi terzi sono stati gli altri temi trattati. I lavori si sono conclusi con l'impegno assunto dai rappresentanti dei ministeri agricoli di Italia, Francia e Spagna, a condurre a Bruxelles un adeguato gioco di squadra per risolvere le diverse questioni.

Cresce la spesa per i prodotti bio confezionati

Cresce la spesa domestica per i prodotti biologici confezionati. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Ismea relativi al primo bimestre del 2011, secondo i quali gli italiani spendono il 13 per cento in più rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, in netta controtendenza con l'andamento generale stagnante dei consumi. Raddoppiano, in particolare, gli acquisti di pasta biologica, con un aumento record del 97 per cento, ma buoni risultati vengono anche dai prodotti lattiero caseari (+21 per cento) a partire dalle mozzarelle (+120 per cento), dal latte a lunga conservazione (+77 per cento) e da quello fresco (+32 per cento). Aumentano gli acquisti di prodotti ortofrutticoli biologici (+12 per cento), con punte del 32 per cento per i finocchi e del 28 per cento per le clementine e del 18 per cento per zucchine, broccoli e mele. L'andamento di mercato, dove si stima una spesa superiore in 3 miliardi di euro per il biologico in Italia, conferma l'attenzione degli italiani alla qualità della tavola anche in tempo di crisi accentuata dalle emergenze sulla sicurezza alimentare che si rincorrono. Una tendenza che premia il biologico, ma anche il tipico e il prodotto a chilometri zero acquistati magari direttamente dagli agricoltori o nei Mercati di Campagna Amica dove hanno fatto la spesa 8,3 milioni di italiani nel 2010. In Italia si contano 45.509 operatori biologici all'inizio del 2010 mentre sono coltivati a biologico 1.106.684 ettari con una crescita del 10 per cento. L'Italia ha la leadership in Europa per numero di operatori certificati impegnati nella filiera dell'agricoltura biologica e resta leader europeo per ettari di superficie coltivati secondo il metodo biologico (escludendo i boschi e i pascoli gestiti in biologico, in cui la Spagna primeggia), secondo i dati del Sinab.

EUROPA Presentato a Bruxelles lo studio di Inea e Università Roma Tre

Il futuro della Pac nel bilancio comunitario

La riforma in corso del bilancio dell'Ue e quella della Politica agricola comune dovrebbero essere in stretta collaborazione, in quanto i due processi sono interconnessi e le decisioni sul bilancio incidono profondamente sulla posizione degli Stati membri in termini di saldo netto di bilancio totale o parziale. Questo è quanto viene evidenziato nello studio "La Pac nel bilancio Ue: nuovi obiettivi e principi per la revisione del bilancio dopo il 2013", elaborato dall'Istituto Nazionale di Economia Agraria (Inea) in collaborazione con l'Università degli Studi Roma Tre, che è stato presentato il 2 maggio durante la riunione della Commissione agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo. Alla luce di questi cruciali processi di riforma in corso, l'obiettivo di tale analisi è duplice, da una parte vuole delineare i differenti scenari per il bilancio e la riforma della Politica agricola comune basandosi sulle questioni rilevanti sollevate nelle relative Comunicazioni presentate dalla Commissione europea; dal-

l'altra simulare i loro effetti in termini di saldo netto di bilancio totale o parziale nei singoli Stati membri. Prendendo come parametro di riferimento lo status quo, l'analisi delinea 5 scenari, derivanti dalle



combinazioni possibili delle ipotesi di riforma del bilancio da una parte e della Pac, dall'altra. Il primo scenario è quello di "declino inerziale" in cui ad uno stesso livello di bilancio corrisponde una lieve riduzione del Primo Pilastro (-5%) a favore del Secondo Pilastro; il secondo invece presenta un "ribilanciamento dei pilastri", con un taglio del 20% del Primo a favore del Secondo Pilastro; il terzo e quarto mostrano, sempre a fronte dello stesso bilancio, una ridistribuzione delle risorse tra le sue rubriche. Più nel dettaglio,

si ipotizza un taglio del 20% dal Primo Pilastro a favore del Secondo Pilastro, della Coesione e della Competitività in tre parti eguali; oppure, si ipotizza sempre un taglio del 20% ma a favore della sola Coesione e Competitività. Il quinto ed ultimo scenario presenta, invece, un taglio al bilancio e il conseguente declino della Pac, ovvero un taglio del 20% dal Primo Pilastro che implica un risparmio netto nel bilancio Ue. Lo studio evidenzia inoltre l'importanza della scelta dei criteri di distribuzione tra gli Stati membri, che è ancora una questione aperta nel dibattito in corso a livello comunitario. Più nello specifico, i risultati prodotti dall'analisi, a seconda dei criteri allocativi prescelti, prendendo come indicatori il saldo totale e parziale di bilancio vengono tradotti in una classificazione tra gli Stati membri tra Paesi vincitori (> +5%), perdenti (< -5%) o indifferenti (< +5%; > -5%) a livello di saldo netto, ovvero della differenza tra i pagamenti versati da ogni Stato membro al bilancio Ue e la spesa che essi ricevono indietro dall'Ue.

TUTTI GLI APPROFONDIMENTI SUL SITO WWW.ILPUNTOCOLDIRETTI.IT

ECONOMIA Al via i punti vendita esclusivamente riconducibili al prodotto agricolo italiano

Filiera, arrivano le Botteghe di Campagna Amica

Il progetto "Filiera agricola tutta Italiana" prende sempre più forma. Il Consorzio Produttori Campagna Amica e Fondazione Campagna Amica hanno predisposto il Kit - Botteghe e si va dunque in maniera spedita verso l'apertura di punti vendita esclusivamente riconducibili al prodotto agricolo ed agroalimentare tutto italiano. Il successo dei Mercati attivati su tutto il territorio ha accelerato la realizzazione del progetto. Le Botteghe accorceranno le distanze tra produttore e consumatore attraverso la vendita diretta dei prodotti provenienti dalla filiera agricola tutta italiana fir-

mata dagli agricoltori e si avviano ad essere presenti in almeno la metà delle province italiane,

l'insegna "Campagna Amica, La Bottega", presentandosi in almeno la metà delle province italiane, occupandosi sia dell'attività logistica dei soci, sia



ed anche con più presidi in un'unica provincia. Il CPCA (Consorzio Produttori di Campagna Amica), costituitosi il 24 marzo 2011, ha come obiettivo la promozione e la gestione dei punti di vendita diretta attraverso

la realizzazione di servizi commerciali e di assistenza per l'intera rete. Dopo aver definito il format e lo studio della localizzazione dei punti vendita ha già attivo l'Ufficio Commerciale per i grandi contratti in

tutte le filiere delle società di scopo e per tutta la rete di Campagna Amica (mercati, fattorie, agriturismi), per il canale HO.RE.CA. (Hotel, Ristorazione e Catering) oltre che per il canale GDO.

Il Consorzio si è dotato di una struttura molto snella, oltre che di un portale Web dove attraverso processi trasparenti si incontreranno l'offerta dei produttori e la domanda della nascente rete di vendita, facendo diventare protagonisti il produttore ed il consumatore. Il primo perché deciderà il prezzo del proprio prodotto ed il secondo perché avrà certezza che dietro quel

prodotto c'è un'impresa agricola italiana. La vendita diretta attraverso le Botteghe di Campagna Amica diventa così l'unico ed autentico strumento di esaltazione e valorizzazione del prodotto italiano. Una certezza per i consumatori, visto che i punti vendita daranno risposta alle esigenze ed ai bisogni sempre più vicini alla filiera ed al valore dell'italianità. Ma anche uno strumento ideale per le imprese agricole per esprimersi nel mercato da attori protagonisti e non da comparse e fermare una volta per tutte i furti di valore aggiunto e immagine a cui da anni sono sottoposti.

CONTINUA DA PAGINA 1

Tutti questi problemi sono fondamentali e ce ne dovremo occupare molto più che in passato da qui in avanti. Ma il vero problema, quello serio, quello che ci farà chiudere le aziende se non ci mettiamo le mani è un altro: che stiamo accettando supinamente che il florovivaismo sia inteso come una commodity, che fonda la competitività sul minor costo. Questa è una partita a perdere in partenza! Non riusciremo mai a competere con i cinesi che fanno lavorare i carcerati a costo zero! Per non parlare della possibilità di utilizzare prodotti fitosanitari da noi vietati con l'inquinamento ambientale che ne deriva. Non saremo mai competitivi in questo modo! Se noi accettiamo - e se i consumatori accettano! - che il florovivaismo è una commodity non c'è più niente da fare e trovare una soluzione a tutti i problemi che ho elencato prima non servirà assolutamente a niente. Il vero problema è far uscire il settore da questa logica perversa e perdente. E questo lo possiamo fare. Il nostro è il Paese della biodiversità, dei giardini più belli. E' il Paese dei più bravi architetti del verde del mondo. E' il Paese delle imprese più sostenibili, è il Paese del sole. Se non riusciamo a trasferire questi valori immateriali al prodotto, se non riusciamo a farli riconoscere al consumatore e a far capire che valgono non ci sarà nessun tipo di futuro possibile. Dobbiamo fare esattamente come abbiamo fatto nel vino: in quel settore, infatti, solo il 20 per cento è il valore effettivo del prodotto, il resto è comuni-

cazione, marketing, immagine. Solo in certe cantine sociali il vino è rimasto una commodity e proprio per questo ci pagano poco le uve. Il nostro obiettivo, quindi, è fare diventare il florovivaismo italiano qualcosa di unico e di esclusivo. La pianta che noi acquistiamo dura molto di più di un bicchiere di vino! A volte dura mesi...in certi casi perfino una vita e più. Per questo dobbiamo farla diventare qualcosa di unico ed esclusivo. Se riusciamo a caricarla di valori immateriali, paesaggio, storia, ambiente allora possiamo costruire un futuro. E' un percorso lungo ma ce la possiamo fare. Ci siamo riusciti in altri segmenti dell'agroalimentare e lo possiamo fare anche nel florovivaismo. Questa è l'unica strada. E dentro a questo meccanismo si inserisce il nostro percorso di Filiera Agricola tutta Italiana. Quali sono i passi da compiere? Innanzi tutto affrontare e risolvere i problemi elencati sopra. Iniziamo, poi, a costruire un'immagine attorno ai fiori e alle piante italiane legate alla distintività, qualità, diversità dei nostri territori e diamo loro il marchio Campagna Amica. Utilizziamo il più potente strumento di comunicazione che abbiamo a disposizione: i nostri mercati di Campagna Amica. Ricordiamoci che siamo in un settore in cui la comunicazione è stata fatta poco e male fino ad ora. Iniziamo a comunicare in tutte le occasioni in cui incontriamo il consumatore, perché prima di conquistare i mercati internazionali dobbiamo pensare al mercato interno. Dobbiamo spiegare perché scegliere i fiori italiani, perché sono migliori: etica, sostenibilità, lavoro regolare,

assenza di prodotti nocivi. Per tutto questo il fiore italiano è migliore degli altri. Ma non bastano i convegni, dobbiamo farlo persona per persona, con pazienza e buona volontà. Serve inoltre un'organizzazione. Dobbiamo superare l'egoismo che ha sempre contraddistinto questo comparto. Dobbiamo costituire una società di scopo per filiera all'interno di Consorzi Agrari d'Italia (CAI), se vogliamo conquistare i mercati stranieri e se vogliamo partecipare agli appalti. Coldiretti per tanto tempo ha pensato che questo potesse essere un settore in cui bastava essere bravi per farcela. Ma oggi, con la globalizzazione, non basta più. Torniamo ad occuparci di florovivaismo, come abbiamo fatto per altri settori! Un ultimo messaggio voglio lanciare: fra 30 anni in questo Paese ci sarà una grande agricoltura, un grande agroalimentare e un grande florovivaismo e non ci saranno più, invece, quelle multinazionali che cerchiamo di proteggere con i soldi pubblici. Non ci saranno più perché non hanno fatto una diversificazione vera. Perché hanno deciso di vendere commodity e di competere sui costi e competere sui costi in questo Paese è impossibile, a meno che non vogliamo diventare più poveri! Ma visto che non siamo disposti a farlo, allora dobbiamo competere sulla diversità, sulla genialità, sulla capacità di fare qualità e di fare sistema. In questo l'Italia ha sempre vinto e così vincerà nel florovivaismo, dove c'è una classe imprenditoriale che tutto il mondo ci può invidiare. E su questo percorso d'ora in poi ci sarà soprattutto la Coldiretti.

TUTTI GLI APPROFONDIMENTI SUL SITO WWW.ILPUNTOCOLDIRETTI.IT