

Filiera corta protagonista all'assemblea del Copa-Cogeca

“E’ necessario mettere in atto misure che ridiano agli agricoltori e alle imprese agricole un ruolo da protagonista nella catena alimentare e sul mercato”. Questo il messaggio lanciato da Tullio Marcelli, membro di Giunta nonché presidente di Terranostra Coldiretti, intervenuto a Bruxelles in occasione del Congresso degli agricoltori 2010 organizzato dal Copa-Cogeca, l’organizzazione ombrello che raccoglie tra i suoi membri 60 organizzazioni di produttori e 35 cooperative agricole, lo scorso 5 e 6 ottobre a Bruxelles.

Davanti ai 600 partecipanti al panel “Catena alimentare: come fornire un reddito migliore agli agricoltori”, Marcelli ha sottolineato i vantaggi della Filiera Corta, un progetto che vede l’Italia e Coldiretti come pioniere nella realizzazione di un sistema fondato sul rapporto diretto di fiducia tra produttore e consumatore.

Descrivendo, in cifre, il progetto che Coldiretti sta portando avanti e che, al momento, consta di circa 1000 mercati di vendita diretta, con un coinvolgimento di 15.000 imprese e 5.000 punti vendita (con l’obiettivo di arrivare a 20.000 con il coinvolgimento di Cooperative, consorzi e agriturismi), il presidente Marcelli ha voluto precisare che il modello di Filiera corta non si esaurisce nei confini nazionali italiani, ma che è esportabile in tutti i Paesi dell’Ue.

Tutto ciò è possibile grazie soprattutto ai vantaggi economici che la vendita diretta ha per il produttore: da un lato, vendendo direttamente il proprio prodotto questo dispone immediatamente di liquidità, dall’altro organizza la sua attività producendo in base alle richieste dirette e controlla il mercato riconquistandolo nella veste di protagonista.

Inoltre la vendita diretta rappresenta un modello che si adatta a qualunque impresa a prescindere dalle sue dimensioni e proprio grazie a questa sua duttilità, sta riscuotendo nel nostro paese un grande successo la cui massima espressione è la nascita della Vdo “Vendita diretta organizzata”.

La Vdo non ha tra i suoi obiettivi quello di divenire l’unico canale di vendita di tutta la produzione lorda vendibile nazionale, bensì quello di rappresentare un mezzo per permettere al produttore di soddisfare le esigenze dei consumatori in termini di qualità, salubrità e tracciabilità dei prodotti.

Il successo di questa “formula” è confermato dall’interesse che la grande distribuzione sta dimostrando, sempre di più, nei suoi riguardi, tanto da rendere più vicino l’obiettivo di avere presto nei supermercati reparti dedicati alle produzioni locali km 0 dando più valore, sia in termini di giusto ritorno economico ma anche di visibilità, dell’agricoltura.

A conclusione del suo intervento il Presidente Marcelli ha messo in evidenza come l'esperienza della filiera corta, e più nel dettaglio la vendita diretta, abbia contribuito a ridare al settore agricolo un ruolo importante nell'ambito della catena alimentare, ma anche a modificare la domanda del consumatore sempre più orientata verso produzioni locali, certe e più rispettose dell'ambiente.