

Prandini: "Etichettatura è svolta economica per le nostre imprese"

Avviare nel nostro paese una seria politica dei marchi: è la sfida lanciata dal presidente della Coldiretti, Ettore Prandini, all'assemblea di Giovani impresa che ha eletto il nuovo esecutivo nazionale guidato da Veronica Barbati. Prandini ha citato i casi Pernigotti, Parmalat e Carapelli. Marchi scippati all'Italia che lavorano materie prime non italiane, ma che sono utilizzati come bandiere perché il Made in Italy ha un forte appeal tra i consumatori. Per questo il presidente di Coldiretti ha sostenuto che nel futuro è necessario che le istituzioni si mobilitino per evitare la dispersione dei marchi nazionali. Altri Paesi, come la Spagna, già lo fanno. Il leader della Coldiretti, partendo dall'importante risultato incassato dall'organizzazione con il Decreto semplificazione dell'obbligo di indicazione dell'origine in etichetta per tutti i prodotti alimentari, ha ribadito la necessità della campagna di educazione nei confronti del consumatore. Una funzione – ha detto – portata avanti da Campagna amica che non solo ha consentito a oltre 10mila aziende, anche in aree svantaggiate, di continuare a produrre e fare business, ma ha contribuito a creare una "visione circolare" dell'agricoltura. Ha fatto comprendere che le imprese agricole e gli allevamenti sono la prima risposta ambientalista del paese: senza imprese agricole si favoriscono gli smottamenti, i boschi vengono giù, le sterpaglie avanzano e si perde la biodiversità. Prandini ha ricordato che l'agricoltura italiana può vincere solo se valorizza la sua distintività, ma non può che perdere se aderisce a un sistema omologativo. Per questo per la Coldiretti l'etichetta è strategica, perché – ha detto Prandini – "è la svolta economica per le nostre imprese. Il 90% dei consumatori se possono scegliere, scelgono italiano". Da qui l'opposizione ad accordi come il Ceta che tutelano solo 40 Dop mentre Coldiretti vuole che le stesse opportunità siano garantite a tutte anche a quelle meno conosciute. Inoltre l'accordo ha sdoganato il Parmesan che ora viene riconosciuto per legge. Questa dunque la linea indicata alle giovani leve dell'agricoltura, un patrimonio su cui la Coldiretti investe molto per creare la nuova classe dirigente. Sono i giovani – ha ricordato il segretario generale della Coldiretti, Vincenzo Gesmundo, che interpretano la nuova agricoltura nel segno della multifunzionalità sancita dalla Legge d'orientamento, voluta con forza dall'organizzazione. E ai giovani Gesmundo ha suggerito cinque principi a cui attenersi: non avere paura degli interlocutori, non avere paura della solitudine e di navigare controvento, non avere paura della nettezza e radicalità delle posizioni, non avere paura di sostenere tesi scomode, perché quello che appare scomodo oggi diventa comodo domani. L'etichetta super trasparente insegna. Era fantascienza nel 2000, ora non c'è un partito politico che non l'appoggi.