

Prandini: cogliere le nuove sfide del made in Italy agroalimentare

La sfida per il futuro è la creazione di un nuovo sistema di interlocuzione delle filiere per rendere i prodotti sempre più riconoscibili e cogliere le grandi occasioni che si aprono al made in Italy agroalimentare in un mondo in cui i consumatori sono affamati di italianità. Come dimostra il giro d'affari di 100 miliardi dell'italian sounding. Il presidente della Coldiretti, Ettore Prandini, ha fornito alcune indicazioni sulle prospettive di rilancio dell'agroalimentare ai tempi del Covid 19 nel suo intervento alla "tre giorni" di eventi digitali "Made in Italy Restart" organizzato da Il Sole 24 Ore e Financial Times. Prandini ha ribadito il ruolo strategico svolto dall'agroalimentare nel periodo più difficile della pandemia. Grazie allo sforzo straordinario della filiera agroalimentare è stato possibile evitare gli assalti ai supermercati: "Siamo riusciti a comunicare che i prodotti agricoli non sarebbero mancati e abbiamo così trasmesso serenità". La rete dei mercati di Campagna Amica ha svolto un ruolo di protagonista. Il settore dunque ha fatto molto per la tenuta del Paese. Ora però bisogna pensare alla ripartenza. Ci sono, ha sottolineato il presidente della Coldiretti, potenzialità di crescita sui mercati internazionali, non bisogna perdere fasce di mercato e occorre soprattutto conquistarne di nuove. Ha citato tra l'altro la Brexit sottolineando come il Regno Unito sia uno sbocco importante per il settore vitivinicolo. Quanto poi alle prospettive legate al Recovery Fund Prandini ha annunciato che alcuni passi avanti sono stati compiuti, per esempio sulla digitalizzazione. Coldiretti ha stretto un accordo con Tim per portare la banda larga e il 5G nelle aree interne e rurali. Con l'agricoltura di precisione si adotteranno nuove tecniche di coltivazione in grado di affrontare la grande emergenza del cambiamento climatico. Con l'applicazione della nuova tecnologia blockchain si potranno poi comunicare ai consumatori informazioni sulla tracciabilità dei prodotti valorizzando così la distintività del made in Italy.