

● INTERVISTA AL PRESIDENTE DI AGCI AGROALIMENTARE

Mercuri: cooperative base per il rilancio dell'agroalimentare

Dalle infrastrutture ai progetti di filiera fino ai piani di settore: ecco le priorità del Recovery plan che secondo il presidente di Agci agroalimentare potrebbero consentire di raggiungere al 2030 un valore dell'export di 55 miliardi di euro

di Antonio Boschetti

Il Recovery plan è un'opportunità straordinaria per il nostro Paese, per recuperare la competitività perduta negli ultimi decenni. A Giorgio Mercuri, presidente di Alleanza delle cooperative agroalimentari, abbiamo chiesto quali siano le istanze della cooperazione e quali progetti ritiene strategici per lo sviluppo del settore.

Mercuri, quali dovrebbero essere i primi progetti finanziati con i fondi del Recovery plan?

Dobbiamo innanzitutto intervenire sui fattori determinanti per il successo delle iniziative imprenditoriali. Parlo delle infrastrutture indispensabili per aumentare la mobilità di merci e persone al fine di aumentare i consumi interni e l'export.

Per prima cosa è necessario superare la divisione della mobilità del Paese lungo due direttrici parallele: quella adriatica e quella tirrenica.

Il secondo passo è la riorganizzazione di porti e interporti. Altri Paesi, ad esempio la Spagna, sono più efficienti e avanzati del nostro: i prodotti agricoli del Sud Italia arrivano nel Nord Euro-

pa gravati da maggiori costi e tempi più lunghi rispetto a quelli spagnoli.

Non di meno è d'obbligo potenziare e completare l'infrastruttura digitale, ancora molto carente specialmente in alcune parti della Penisola, dove risulta difficile sia attuare processi di agricoltura di precisione sia accedere agli strumenti di vendita online.

Queste sono le condizioni imprescindibili per consentire lo sviluppo delle imprese. Non dimentichiamo che la mobilità e l'interconnessione con i Paesi UE ed extra UE condiziona anche il turismo, basilare per incrementare la conoscenza e il consumo dell'agroalimentare made in Italy.

Siete pronti per presentare progetti a chi dovrà poi destinare le risorse?

Certamente sì. Il mondo cooperativo è senza dubbio il più adatto e preparato ad attuare un piano di rilancio dell'economia agroalimentare italiana, essenzialmente per due fattori. Il primo è legato alla trasversalità della cooperazione: dai servizi finanziari e assicurativi alla distribuzione e alla logistica, fino ai servizi alla persona e a tutte le diverse attività industriali.

Questo ci consente di elaborare progetti di filiera e di rete che possono captare le importanti risorse, oltre 55 miliardi di euro, legate alle altre misure del Recovery plan, vicine al mondo agroalimentare.

Infine, non dimentichiamo che le cooperative sono imprese e in quanto tali sono abituate a produrre e commercializzare con efficienza, per essere competitive. Siamo pronti a investire con logiche di sistema in grado di garantire le maggiori ricadute sociali e il rispetto dei tempi fissati da Bruxelles.

Filiere strategiche

Quali sono le filiere sulle quali investire?

Prima di tutto voglio precisare che secondo noi è necessario aggiungere un altro miliardo di euro al capitolo da 1,8 miliardi attualmente previsto per le filiere dal Recovery plan. Queste risorse devono servire a sviluppare progetti territoriali in grado di avvicinare realtà commerciali e industriali con quelle agricole. Penso ad esempio al mondo della cerealicoltura che non può più prescindere dalla stretta connessione con stoccaggi, trasformazione e commercializzazione.

Abbiamo poi individuato una serie di comparti strategici da potenziare.

Per il **lattiero-caseario** esiste già un progetto che dovrebbe partire nel Nord del Paese con una valenza tuttavia nazionale. L'obiettivo è creare una rete tra le imprese più significative per individuare e definire destinazioni alternative del latte: sia per la componente proteica, sia per quella grassa, nonché per il siero, in un'ottica di economia circolare.

Per la **carne** invece siamo partiti dall'osservazione del mercato, constatando che le filiere nazionali, bovina e suina, non sono attualmente in grado di soddisfare la domanda in rapida crescita di prodotto biologico. Pertanto abbiamo elaborato un progetto per creare un distretto della carne bio, una

sorta di rete tra imprese in grado di partire dalle materie prime per l'alimentazione degli animali fino alla valorizzazione dei tagli attraverso le certificazioni bio e igp. Abbiamo già individuato l'area e gli attori protagonisti del progetto.

Esistono oltre 300 cooperative attive nel comparto **forestale** dalle Alpi alla Sicilia con le quali stiamo puntando alla tracciabilità

del legno, per promuovere sul mercato il legno 100% italiano. Inoltre vorremmo realizzare una serie di iniziative per la valorizzazione energetica degli assortimenti meno pregiati e degli scarti di lavorazione.

Una coltura da stimolare senza indugio è sicuramente l'**olivo**: l'Italia importa più olio di quanto riesce a produrre pertanto riteniamo opportuno incrementare l'oliveto Italia, superando la norma che impedisce il rinnovo



Giorgio Mercuri

degli impianti, pur tutelando il patrimonio di olivi secolari, anche attraverso azioni di marketing. Ad esempio pensando a un marchio distintivo per l'olio ottenuto da «alberi antichi». Inoltre la creazione di cooperative di conduzione potrebbe superare il problema dell'abbandono legato all'eccessiva frammentazione delle proprietà.

Il comparto **ortofrutticolo** invece abbisogna di un potenziamento delle **piattaforme logistiche** più che della struttura produttiva. Serve gestire il flusso delle merci, da Sud a Nord fino a raggiungere i partner commerciali in tutto il mondo, con maggiore velocità e a costi più competitivi. Per questo il nostro progetto per l'ortofrutta prevede la realizzazione di 2-3 grandi piattaforme a livello nazionale per la movimentazione e lo staccaggio di prodotti freschi e trasformati.

La conduzione delle piattaforme dovrebbe essere affidata a una struttura partecipata da una rete di cooperative. I servizi della piattaforma potrebbero essere disponibili anche a soggetti privati, oltre che alle cooperative ortofrutticole per le quali non è ipotizzabile l'ampliamento dei singoli impianti. Risulta molto più efficiente disporre di strutture centralizzate progettate per accogliere nei diversi periodi dell'anno gli svariati prodotti dell'agricoltura. Grazie alla digitalizzazione dei magazzini, tra l'altro, sarebbe possibile monitorare in ogni momento i quantitativi stoccati per singolo assortimento.

Obiettivi

Quali potrebbero essere gli obiettivi misurabili di tutti questi progetti?

Se la burocrazia ci consentirà di disporre e spendere velocemente delle risorse del Recovery plan credo che l'**obiettivo minimo sia quello di arrivare al 2030 con un export agroalimentare di oltre 55 miliardi di euro.**

Al momento abbiamo avuto modo di condividere questi progetti con il Mi-paaf e con i Ministeri dello sviluppo economico e delle finanze; a tutti abbiamo evidenziato la concretezza dei nostri associati e delle nostre proposte. Non possiamo correre il rischio di dirottare risorse verso progetti economici costruiti a tavolino senza la partecipazione delle imprese, gli unici soggetti capaci di misurarsi con il mercato.

Antonio Boschetti

● L'EXPORT AGROALIMENTARE ITALIANO CRESCE DEL 5%

Tra UE e Giappone un accordo che funziona

Per Confagricoltura si aprono nuovi spazi con l'aumento delle indicazioni geografiche riconosciute e la revisione delle pratiche enologiche ammesse dalle autorità del Paese



L'accordo commerciale con il Giappone è risultato vantaggioso per le esportazioni agroalimentari dell'Italia e dell'Unione europea. Lo si evince dai dati dell'Istat che, nel bilancio di dieci mesi (da gennaio a ottobre 2020), nonostante l'impatto economico della pandemia, hanno decretato nel Sol Levante, mercato da 127 milioni di consumatori, un aumento su base annua di oltre il 5% dell'export di prodotti agricoli e alimentari made in Italy, bevande incluse. Un andamento – spiega Confagricoltura in una sua analisi – che è apparso peraltro in netta controtendenza con la dinamica complessiva

dell'export tricolore, che ha invece pesantemente accusato gli effetti dell'emergenza sanitaria e della recessione globale.

Prospettive favorevoli

Per il presidente dell'organizzazione agricola, Massimiliano Giansanti, a due anni dall'entrata in vigore dell'accordo di partenariato economico tra l'Unione europea e il Giappone, è prevedibile che il trend mantenga il suo percorso anche nei prossimi anni.

Le prospettive sono favorevoli, spiega Giansanti, pronosticando traguardi più ambiziosi anche alla luce del-



1,7 miliardi di euro
export italiano in Giappone
nei primi 10 mesi del 2020
+5% rispetto al 2019

A RISCHIO 3,4 MILIARDI DI EURO DI ESPORTAZIONI

Vino e agroalimentare italiani penalizzati dal post Brexit

Le recenti modifiche dell'accordo, che hanno previsto l'aumento delle indicazioni geografiche protette e una contestuale revisione delle pratiche enologiche riconosciute da parte delle autorità giapponesi.

Condizioni migliorative che, oltre a rafforzare il presidio delle cantine tricolori, che in Giappone muovono annualmente un giro d'affari di oltre 180 milioni di euro, potrebbero favorire l'export di prodotti lattiero-caseari, segmento che già attribuisce all'Italia il ruolo di quinto fornitore sul mercato nipponico. Tokyo, in base ai dati dell'Eurostat, l'Ufficio statistico di Bruxelles, rientra nell'elenco dei primi 5 Paesi destinatari dell'agrifood europeo, un gruppo ristretto in cui figurano anche Cina, Svizzera, USA e, da quest'anno, il Regno Unito, primo della lista stilata per valori. In questi 5 mercati i Ventisette realizzano oltre la metà delle esportazioni agroalimentari totali (il 22% oltre Manica), un fatturato che, nel dato cumulato da gennaio a ottobre 2020, ha superato la soglia di 150 miliardi di euro.

Gli accordi bilaterali – osserva ancora Confagricoltura – sono uno strumento efficace per l'ulteriore affermazione del made in Italy sui mercati internazionali, fintanto che non saranno completati il rilancio del sistema multilaterale di gestione degli scambi e la riforma dell'Organizzazione mondiale del commercio (Wto).

La condizione di reciprocità resta tuttavia l'elemento imprescindibile a garanzia della qualità delle produzioni comunitarie, già tarate su standard tra i più elevati a livello mondiale sia sul piano della sicurezza per i consumatori sia su quello della tutela ambientale e delle risorse naturali.

Il commissario UE dell'agricoltura, Janusz Wojciechowski, ha ricordato che dopo soli due anni dall'entrata in vigore dell'accordo, che ha sancito tariffe più basse, meno burocrazia e contingenti più elevati, l'elenco delle indicazioni geografiche reciprocamente riconosciute si è allungato, per ciascuna delle parti, di 28 unità (per l'Italia sono entrati il Culatello di Zibello e l'olio d'oliva Toscano in aggiunta a 45 eccellenze già riconosciute).

Una lista destinata ad estendersi ulteriormente con la prossima tornata di ri-

Tempi dilatati e code per operazioni doganali, nuove norme fitosanitarie, burocrazia e costi extra più o meno nascosti: da circa un mese la Manica è più stretta per l'export di vino made in Italy, con il post Brexit che sta rivelando disagi più allarmanti di quanto previsto, secondo quanto emerge da un'inchiesta pubblicata sull'ultimo numero de *Il corriere vinicolo*, il settimanale dell'Unione italiana vini (Uiv).

La situazione è preoccupante su più fronti: da quello logistico (con l'eurotunnel che viaggia a rilento e il sistema doganale inglese che sta soffrendo sotto il carico del nuovo lavoro) a quello informatico (disallineamento tra i sistemi UE e del Regno Unito); dai nuovi costi più o meno occulti del sistema di sdoganamento allo spettro del cambio di formula sugli accordi di gestione del trasporto e delle pratiche doganali con nuovi oneri a carico delle imprese.

«Le difficoltà negli scambi commerciali con la Gran Bretagna – denuncia Coldiretti – mettono in pericolo 3,4 mi-

liardi di esportazioni agroalimentari made in Italy che è l'unico settore cresciuto oltremarica nel 2020 (+2,3%) nonostante la fase recessiva provocata dalla pandemia».

«La Gran Bretagna si classifica al quarto posto tra i partner commerciali del Bel Paese per cibo e bevande dopo Germania, Francia e Stati Uniti – sottolinea l'Organizzazione – un flusso commerciale messo a rischio dalle tensioni alle frontiere che possono trasformarsi in ritardi, particolarmente dannosi soprattutto per i prodotti deperibili come gli alimentari».

«Se da un lato i controlli sono fondamentali per garantire la salute pubblica e la salubrità degli alimenti – conclude Coldiretti – la mancanza nel trattato sulla Brexit di accordi sull'equivalenza delle norme fitosanitarie, per non parlare della tutela delle nuove produzioni a indicazione geografica dell'UE, sono aspetti che rischiano di tradursi in pesanti penalizzazioni per l'agroalimentare italiano».

► **Il partenariato ha consentito di eliminare i dazi su oltre il 90% dei prodotti agroalimentari esportati dall'UE in Giappone**

conoscimenti reciproci per 55 nuove produzioni tutelate.

Ripercorrendo le tappe, l'accordo di partenariato ha consentito, fin dalla sua entrata in vigore (1° febbraio 2019), di **eliminare i dazi su oltre il 90% dei prodotti agroalimentari esportati dall'UE** (vini inclusi) e di ridurli su importanti capitoli come quello delle carni suine. Tariffe che alzavano del 40% il prezzo dei formaggi europei sdoganati nel Sol Levante, prima dell'accordo, e del 38,5% quello delle carni bovine. Sui vini il dazio era fissato, ante intesa, al 15%, ma si arri-

vava a imposizioni anche doppie per la pasta (fino al 30%) e del 40% per il cioccolato.

Da rilevare che **le esportazioni agroalimentari dell'UE in Giappone sviluppano un giro d'affari 20 volte superiore al reciproco flusso**

in partenza dal Sol Levante. I dati del 2019 attribuiscono all'export dei Ventisette un valore di 7,2 miliardi di euro, con un aumento del 16% sul 2018. Nello stesso anno l'Italia ha realizzato in Giappone un fatturato di 1,87 miliardi di euro, cresciuto, grazie all'intesa con l'UE, di oltre il 60% su dodici mesi, mentre i dati del 2020, stando alla fotografia ancora parziale aggiornata al mese di ottobre, attestano a poco meno di 1,7 miliardi il valore dell'export agroalimentare made in Italy, a fronte di importazioni per soli 12 milioni.

Oltre ai vini, l'Italia esporta in Giappone principalmente oli di oliva, prosciutti, formaggi, paste e conserve di pomodoro. Un mercato comunque difficile da appropinquare, sia per la distanza sia per la pressione esercitata dai grossi player mondiali, considerata la forte presenza in Giappone di prodotti agricoli e alimentari provenienti da USA, Cina, Australia, Canada e Brasile.

F.Pi.

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.