

## Centinaio: il 2020 anno del turismo italo-cinese. Col vino ambasciatore

«Il 2020 sarà l'anno del turismo italo-cinese; stiamo lavorando col ministro cinese del turismo per potenziare i flussi turistici in Italia. E il vino sarà ambasciatore del turismo italiano in Cina»: lo rivela a *ItaliaOggi* il ministro delle politiche agricole e del turismo, **Gian Marco Centinaio**, che venerdì scorso ha chiuso i lavori del **Milano Agrifood&Travel Global Summit**, organizzato da **Class Editori** e **Il Gambero Rosso**.

**Domanda. All'ultimo Cdm avete sbloccato un importante piano per le infrastrutture irrigue.**

**Risposta.** Sì, 150 mln di euro di investimenti sul territorio; al Sud andranno oltre cento mln. Molto spesso si guarda con sufficienza alle infrastrutture irrigue; invece servono tantissimo, specie in questa fase. Ci sono condizioni meteo più variabili rispetto al passato; c'è la necessità di contenere e trattenere l'acqua, quando la si ha in vista dei momenti di siccità. Permettere ai consorzi di bonifica di poter lavorare nel migliore dei modi serve all'agricoltura e all'ambiente.

**D. Sta caratterizzando il suo**

**mandato col binomio turismo-agrifood. I tour operator non guardavano all'agricoltura. Sta cambiando qualcosa?**

**R.** Abbiamo trasformato il ministero in agorà di incontro: mettiamo assieme settori che prima non si parlavano o ascoltavano. C'è entusiasmo in ambo i comparti, perché riescono a trovare motivi per far business assieme.

**D. In una recente intervista a ItaliaOggi Sette dell'8 aprile 2019 ha parlato delle prospettive aperte dalla Via della Seta. E della passione dei cinesi per i rossi e fermi. Una chance per i vini del Sud?**

**R.** Attraverso Ice diamo la possibilità ai vini del Mezzogiorno di beneficiare dei tanti contributi europei per la promozione in giro per il mondo. Ci sono molte cantine del Sud, che vogliono promuoversi e sono in contatto col



Il ministro Gian Marco Centinaio al Milano Agrifood&Travel Global Summit

Mipaaf. Non riusciamo a rispondere a tutte le domande. Il vino può diventare ambasciatore in Cina del turismo in Italia. Stiamo lavorando col ministro cinese al turismo, per costruire momenti di promozione dei nostri territo-

ri, per arrivare pronti al 2020, anno del turismo Italia-Cina. E consentire ai turisti cinesi di arrivare in Italia in assoluta tranquillità.

**D. E reduce da un viaggio in Puglia dove ha incontrato gli olivicoltori, dove abbiamo problemi di bassa produzione e parcellizzazione delle produzioni. Pensate a costruire strumenti per aggregare l'offerta?**

**R.** Col sottosegretario **Alessandra Pesce** stiamo lanciando il nuovo piano olivicolo nazionale. Stiamo ascoltando gli stakeholder. Vogliamo lavorare con loro per costruire un piano utile e non imposto. L'obiettivo è di fare tornare l'Italia ad essere non importatore di olio, ma produttore di olio. Lo eravamo, possiamo tornare a esserlo. Gli agricoltori devono poter fare impresa in modo sano e non rimetterci ogni volta che producono un litro d'olio.

**Luigi Chiarello**

Parla il presidente dell'Alleanza coop agroalimentari

## Integrare le filiere Mercuri: battiamo il falso italiano

DI LUIGI CHIARELLO

«**P**er recuperare al Made in Italy i ricavi, che oggi mette a segno il falso prodotto italiano occorre organizzazione di filiera. Non basta aggregare le produzioni, bisogna valorizzarle; altrimenti tutto si trasforma in un lamento sterile, che non genera ricadute sugli agricoltori»: non usa mezzi termini **Giorgio Mercuri**, presidente dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari, intervenuto venerdì al **Milano Agrifood&Travel Global Summit**, organizzato da **Class Editori** e **Il Gambero Rosso**. A margine dei lavori, Mercuri si è fermato a discuterne con *ItaliaOggi*. Sotto la lente la sfida della maggiore remuneratività del prodotto.

**Domanda. Le cooperative possono elevare le produzioni da commodity a premium?**

**Risposta.** Il loro ruolo è rilevante; rappresentano almeno il 50% della produzione nazionale. Il tema è come ci presentiamo a un mercato nuovo, più attento alla qualità. E come posizionare le nostre produzioni al di fuori dell'universo commodities in altri paesi. Non possiamo paragonarci ai giganti esteri; siamo piccoli produttori, ma l'aggregazione ci sta aiutando a proporci in modo diverso all'estero. Non basta, però, aggregare semplicemente le produzioni; bisogna valorizzarle. E, per farlo, occorre che la filiera

sia completa: dalla produzione alla trasformazione. Ciò significa: tracciabilità, valorizzazione del link prodotto-territorio, capacità del produttore agricolo di confrontarsi col mercato.

**D. Le coop riescono a remunerare di più i loro soci, lavorando sul marketing?**

**R.** Certamente. Pensi al caso **Parmareggio**. E Parmigiano Reggiano presentato in modo innovativo; il consumatore si sta abituando a consumare il prodotto in modo differente. La cooperazione lavora alle innovazioni. Nel vino siamo protagonisti. Nell'ortofrutta stiamo facendo altrettanto per i prodotti finiti. Tutto questo culmina nel valore aggiunto, che ricava il cooperatore, più stabile rispetto a quello del libero mercato, dove il produttore oscilla tra momenti spot e altri che t'ammazzano. La cooperazione programma le produzioni, dà certezza di collocazione. E di poter programmare produzioni in paesi terzi.

**D. E l'Italian Sounding?**

**R.** Le cooperative devono occupare lo spazio che la domanda di Made in Italy offre. Il mercato è zeppo di falso italiano; dobbiamo conquistare quel mercato con le nostre produzioni. Ma contestare solamente l'esistenza di falso Made in Italy, senza

prepararci a occupare quello spazio è sterile: il falso Made in Italy lo troveremo sempre e non daremo un futuro certo ai nostri agricoltori, che rimarranno sempre piccoli, seppur aggregati in cooperativa.

**D. Che ne pensa di costituire una Sopexa italiana o un'Ice rafforzata, che consenta di fare massa critica sui mercati.**

**R.** È importantissima. L'Ice risponde allo Sviluppo economico e non sempre al Mipaaf. Poi ci sono le Cdc e tanti enti vanno per conto loro. Occorre concentrare le risorse, fare sistema; coordinare Mipaaf e Mise assieme.

## Centomila visitatori l'anno per il Parmigiano Reggiano

«L'iniziativa caseifici aperti attrae turisti. Quest'anno ha coinvolto 51 aziende e attirato tra i 15 e i 20 mila visitatori. Ma è durante l'intero anno che cresce il movimento: stimiamo che 100 mila persone, nel 2018, abbiano visitato il comprensorio del Parmigiano Reggiano»: a sciocinare i numeri dell'iniziativa, che coniuga attrazione turistica e produzione della prima dop del paese, è il presidente del Consorzio di tutela, **Nicola Bertinelli** (nella foto), intervenuto venerdì al **Milano Agrifood&Travel Global forum**. Poi, lunedì, il suo vice **Guglielmo Garagnani**, ha completato il quadro nel corso della presentazione dei dati finanziari, a palazzo Mezzanotte: «Sul territorio esistono guide che accompagnano i turisti; flussi non organizzati mediante tour operator; così abbiamo deciso di formare i divulgatori del Parmigiano. I corsi saranno aperti ai professionisti del settore. Vogliamo professionalizzare il racconto e coinvolgere le grandi piattaforme del turismo». E il futuro? «Big data per capire le dinamiche di consumo e blockchain per certificare le produzioni», chiosa Bertinelli. La dop, ormai, vale 1,4 mld alla produzione e 2,4 al consumo, una quota export che supera il 40% (+5,5% crescita a volume rispetto al 2017) e 3,7 mln di forme prodotte (+1,35% vs 2017).

**Luigi Chiarello**



## De Castro: in ballo 6,5 mld di fondi Ue L'Italia capofila contro le pratiche sleali

«La prossima legislatura Ue sarà quella della riforma della Politica agricola comune. Che vale tra 6,2 e 6,7 mld di euro per l'Italia, a seconda che si parli solo di aiuti diretti e allo sviluppo rurale o si considerino anche le varie Organizzazioni comuni di mercato. Sono soldi a cui spesa va programmata e gestita bene»: il monito arriva dal vicepresidente della commissione agricoltura dell'Europarlamento, **Paolo De Castro** (nella foto), intervenuto venerdì al **Milano Agrifood&Travel Global Summit**, organizzato da **Class Editori** e **Il Gambero Rosso**. «Poi, nella prossima legislatura, ci sarà tutto il tema dell'etichettatura d'origine, dei semafori, delle informazioni ai consumatori. Infine», chiosa De Castro a *ItaliaOggi*, a margine del convegno, «ci sarà il dossier delle nuove tecniche genetiche, che possono curare le malattie delle piante con azioni di modifica intraspecifica (new breeding techniques), che non hanno nulla a che fare con gli ogm; bisognerà decidere

come regolare l'accesso a queste tecniche tra transgenico e mutagenesi». Infine, l'europarlamentare (candidato alle prossime elezioni per il Pd in Triveneto ed Emilia Romagna), parla della direttiva contro le pratiche sleali nelle forniture agroalimentari, del cui varo è stata il protagonista e che oggi (per chi legge) firmerà, in qualità di capo negoziatore, assieme al presidente dell'Europarlamento, **Antonio Tajani**, e alla presidenza di turno Ue: «La direttiva entrerà in vigore a fine aprile. Col ministro Centinaio ci auguriamo che l'Italia sia il primo paese a riceverla, applicandola dal 1° gennaio 2020. Per tutelare le

imprese dallo strapotere della distribuzione, che a volte schiaccia i margini delle imprese, imponendo aste a doppio ribasso, sottocosto, scontistica non coordinata, ecc. Col governo abbiamo già individuato una possibile autorità a cui affidare i poteri: l'Ispektorato controllo qualità. Che già fa questo lavoro dop e igp.

**Luigi Chiarello**



Giorgio Mercuri