



ASSOCIAZIONI

Coldiretti, Cia e Confagricoltura i «nodi» reddito meteo e malattie

▶ PAGINE XVIII, XXI e XXIII

ASSOCIAZIONI. L'analisi di Daniele Salvagno presidente provinciale e regionale dell'associazione sulla congiuntura e sulle prospettive di sviluppo e crescita del settore

Coldiretti: contro la crisi informare i clienti

La prima campagna organizzata è stata quella per promuovere il consumo del melone veronese «Bisogna fare breccia nella gdo»

Valeria Zanetti

Aggiungere valore alla produzione agricola veronese, per incrementare la redditività degli imprenditori del primario. È la ricetta per traghettare il primario locale fuori dalla crisi, secondo Daniele Salvagno, presidente di Coldiretti Verona e Veneto, oltre che componente di Giunta della Confederazione nazionale.

«Stiamo vivendo un momento delicato per il settore. Molte aziende si reggono su un equilibrio precario e pertanto sono necessari interventi efficaci a supporto delle imprese», aggiunge. «Non è accettabile», prosegue, «che agli agricoltori rimanga solamente un quinto del prezzo che il consumatore finale paga all'acquisto. Occorre prevedere rapporti di filiera più equilibrati per garantire continuità alle aziende».

Il punto cruciale consiste nel fare breccia nella gdo, in-

tervenendo sull'ultimo anello della catena, il cliente finale, che deve essere informato perché al momento di fare la spesa pretenda le produzioni locali, più sane e sostenibili. «Abbiamo iniziato a sperimentare la nuova strategia a maggio, quando abbiamo organizzato una campagna per la promozione del consumo di melone veronese. L'opera di informazione, unita alle dinamiche del mercato, ha fatto raddoppiare nel giro di pochissimi giorni il prezzo alla vendita dei meloni ai mercati generali», riprende Salvagno. Si è passati da quotazioni che oscillavano tra 0,70 e 0,90 euro al chilo per produzioni di qualità a 1,20-2 euro al chilo a seconda delle varietà immesse sul mercato. Il tutto, senza sbalzi di prezzo per il consumatore finale. «Il quale rappresenta l'ago della bilancia: se al supermercato pretende i prodotti del territorio, i responsabili acquisti non possono che adeguarsi»,



Una coltivazione di meloni nel Basso Veronese

sottolinea.

Coldiretti da tempo lavora per perfezionare il dialogo con il cliente finale, avvicinandolo ai mercatini a chilometro zero o ai produttori, che vendono in azienda. L'esperimento condotto sul melone sarà replicato per la raccolta di pesche, kiwi e mele, tutte produzioni in cui l'agricoltura della provincia eccelle. Ma si può fare ancora di più e meglio. «Nei programmi di Coldiretti, su tutto il territorio nazionale, ma in particolare in regione e nel Veronese dove il primario è tanto radicato, c'è la valorizzazione dei consorzi agrari, ai quali gli agricoltori sono associati», ragiona il presidente. «Per troppo tempo questi soggetti sono rimasti puri erogatori di prodotti per l'agricoltura e per i mezzi agricoli. Serve dare una scossa al sistema e attribuire loro nuove competenze», indica. «Le

potenzialità sono enormi. I consorzi possono diventare centri di raccolta delle produzioni locali, dove si può fare il prezzo e dove si possono anche controllare le quotazioni. Da qui, inoltre, si può gestire la trasformazione. Il grande problema dell'agricoltura locale, infatti, è legato alla difficoltà di riuscire a parlare una sola lingua. Serve costruire aggregazioni e lavorare con finalità condivise, come i nostri competitor spagnoli fanno da tempo», certifica Salvagno. La provincia scaligera potrebbe fare da apripista. Oltre ad essere uno dei territori leader dell'agricoltura italiana, è anche sede del Consorzio Agrario del Nordest, basato a Verona, in via Francia, che conta circa 45mila soci per un fatturato superiore ai 400 milioni di euro e serve sette province, cinque venete alle quali si aggiungono Mantova e Brescia. ●



Inaccettabile che agli agricoltori rimanga soltanto un quinto del prezzo finale

DANIELE SALVAGNO
PRESIDENTE DI COLDIRETTI VENETO