

PER UN'ECONOMIA PIÙ CIVILE

La coop che mette in negozio tutta la qualità del km 0

Innovativa catena di vendita di prodotti ortofrutticoli (e non solo) "nostrani"

C'è una generazione di giovanissimi coltivatori diretti che sta "rivoluzionando" l'agricoltura italiana. Provengono in gran parte da famiglie contadine, da cui hanno imparato l'amore per la terra, il rispetto dei cicli produttivi, l'uso conservativo di un bene primario che è alla base della vita della natura e degli uomini.

Dai loro genitori hanno anche appreso il duro lavoro, la tenacia, l'entusiasmo per un mestiere che richiede un impegno che non consente pause. A questi preziosi insegnamenti hanno però aggiunto nuove competenze: solida cultura (quasi sempre un diploma o una laurea non necessariamente in Scienze agrarie), capacità imprenditoriali, innovazioni culturali e tecniche, doti relazionali.

Il risultato è stato un salto di qualità che ha portato a livelli di eccellenza i prodotti agricoli italiani sempre più apprezzati e ricercati dai consumatori di tutto il mondo. Esempi di questo nuovo modo di fare agricoltura si trovano anche a Verona, una delle province agricole più importanti d'Italia come dimostra la storia della cooperativa "Ragazzi di campagna".

Siamo nel gennaio del 2019, quando tre ragazzi impegnati nel Gruppo giovani di Coldiretti decidono di mettere insieme un cammino comune di valori, di idee e di lavoro fondando la cooperativa agricola "Ragazzi di Campagna" (forse memorie della nota band musicale "I cugini di campagna"?). I tre protagonisti sono Alex Vantini, allora 27 anni, laurea in Economia e marketing agroalimentare con azienda familiare al Bassano; Riccardo Franco, 25 anni, diploma di perito agrario e azienda a San Bonifacio; Luca Dal Pezzo, anche lui 25 anni, diploma di liceo scientifico-sportivo conseguito all'Istituto Seghetti, con azienda a Zevio.

L'idea è quella di dar vita a dei negozi tradizionali sul territorio provinciale, con la vendita diretta dei prodotti ortofrutticoli delle rispettive imprese. Tornare insomma alle antiche botteghe, dove il consumatore può ritrovare i sapori di campagna, vale a dire una ampia gamma di prodotti stagionali sani, di qualità, freschi a km 0.

Il primo negozio viene aperto nell'aprile del 2019 a Santa Maria di Negrar, riscuotendo subito l'apprezzamento dei consumatori, cui fa seguito l'anno dopo quello di San Martino Buon Albergo. I tre fondatori stanno ora programmando altri insediamenti, di cui uno sicuramente nel Comune di Verona.

Il successo dell'iniziativa ha attratto nuovi soci, tanto da portare altre 5 aziende agricole ad aderire alla cooperativa. L'obiettivo è quello non soltanto di fornire prodotti ortofrutticoli stagiona-



li di qualità, ma di allargare la gamma delle tipologie offerte. Per questo la cooperativa ha instaurato rapporti con 35 piccoli produttori (di cui l'80% veronesi) che conferiscono nei negozi latte e formaggi della Lessinia, prosciutti veneti Dop, pane artigianale, pasta sfusa biologica, confetture, conserve, succhi di frutta e tanti altri prodotti alimentari.

Si lavora ponendo grande attenzione alla sostenibilità ambientale e al consumo di energia al 100% rinnovabile, prodotta dai soci **Coldiretti** che hanno aderito al progetto "Energia agricola a Km 0"; così come all'uso di imballaggi totalmente riciclabili e compostabili in nome di quella "rivoluzione green" che è un passaggio fondamentale del nuovo

modello produttivo italiano. I due anni di pandemia da Covid-19 hanno fatto crescere in maniera significativa il numero dei clienti e dunque il fatturato, ponendo le basi per un consolidamento e un allargamento di questa innovativa esperienza.

I progetti non mancano. Proprio da pochi giorni è partito il servizio di "con-

“
Già presenti a Negrar e S. Martino B.A. ora tocca alle consegne a casa

segna a domicilio" dei prodotti che si possono ordinare on line (www.gogofresh.it) e che arrivano sulle tavole dei consumatori in giornata. Al momento la zona coperta è quella di Verona e della zona ad est del comune capoluogo, ma presto il servizio sarà esteso ad altre aree della provincia.

L'idea, nata da una start up, utilizza una cooperativa di giovani rider tessendo così alleanze commerciali e creando nuove occasioni di lavoro. I fondatori e i nuovi soci hanno dalla loro l'antica saggezza contadina: avanti con entusiasmo e audacia, ma con i piedi ben

piantati per terra. Crescita sì, ma con l'occhio attento alla quadratura dei bilanci: perché senza risultati economici non si possono finanziare gli investimenti di modernizzazione che consentono di cogliere al meglio i desiderati dei consumatori.

Il settore agricolo sta cambiando velocemente, ponendo delle impegnative sfide di cui occorre rispondere in termini di innovazioni e di nuove tecnologie. Questi giovani l'hanno ben compreso e proprio per questo hanno detto un sì convinto alla modernità, che vogliono però realizzare con un ritorno ai valori che cementano il senso di comunità, alle relazioni umane, alla bottega fisica luogo di socialità, nel rispetto della madre terra e dei suoi cicli produttivi. Lo fanno perché sono consapevoli di abitare una "casa comune" che va preservata e consegnata integra alle future generazioni.

Renzo Cocco
(28 - continua)

Alex Vantini, Riccardo Franco e Luca Dal Pezzo (nella foto) sono i soci fondatori della cooperativa "Ragazzi di Campagna" che abbiamo incontrato per capire le ragioni di questa bella realtà.

– Dopo tre anni dall'inizio dell'attività, qual è il bilancio che si può tracciare?

«Siamo molto soddisfatti – rispondono all'unisono – dei risultati ottenuti. Certo, ci ha aiutato anche la pandemia che ha spinto tante persone a ricorrere alle botteghe di prossimità; ma crediamo che l'arma vincente sia stata la qualità e l'ampiezza dell'offerta di prodotti stagionali locali. I cittadini hanno riscoperto ed apprezzato il valore di un cibo sano, fresco, a km 0».

– Quali erano i vostri obiettivi prioritari?

«Forse la difficoltà più grande è stata quella di riuscire a raccontare e far conoscere al meglio i nostri prodotti e il loro valore, che discende da una agricoltura rispettosa e sostenibile. Abbiamo voluto poi instaurare con i consumatori un rapporto di prossimità che trova nel negozio uno dei luoghi di incontro, di scambio e dunque di umanità. Le nostre 5 dipendenti (tutte giovani donne) ci dicono che con tanti clienti sono nati legami di fiducia, di stima, di confidenza; e non pochi di loro a Natale e a Pasqua arrivano con dei segni di riconoscenza».

– Possiamo dire che si torna ad una economia più a misura d'uomo?

«Certamente. In questi tempi difficili la ricerca di relazioni umane si è intensificata. Ma va anche detto che è maturata nei consumatori una maggiore consapevolezza che privilegia i prodotti di casa, l'agricoltura rispettosa, biologica, che tiene conto non del massimo risultato produttivo possibile, ma della qualità e della sanità di quanto si produce. È un patrimonio prezioso ormai acquisito, che premia i nostri sforzi e ci spinge a continuare».

– Verso quali direzioni?

«Lungo due direttrici. La prima è quella di estendere la presenza sul territorio dei nostri negozi di prossimità. Lo faremo con passi di piombo, dopo aver valutato tutti gli aspetti logistici, la

Ecco i "ragazzi di campagna": «Offriamo prodotti e vecchi valori»

È maturata una consapevolezza verso salubrità e autenticità



domanda potenziale e il business plan. La seconda pista riguarda l'allargamento della base sociale e del numero di piccoli e medi produttori con cui collaboriamo, al fine di offrire ai consumatori il meglio di tutte le produzioni agricole veronesi. Le parole d'ordine sono: collaborazione e condivisione».

– È una sfida che può dare fastidio a qualcuno?

«Assolutamente no. La nostra è una proposta che si affianca alle altre modalità di commercializzazione. Ma riteniamo che sia doveroso da-

re il giusto valore ai nostri prodotti, riconoscere lo sforzo di un lavoro rispettoso della terra, offrire il meglio di ciò che sappiamo coltivare. I consumatori, sempre più numerosi, ci stanno dando fiducia. Per noi questa è la bussola che indica il futuro».

Insomma per i "Ragazzi di campagna" fare agricoltura non significa solo "coltivare la terra" ma anche, come vuole il significato etimologico della parola, coltivare la mente, il cuore, le relazioni tra persone nella vita di tutti i giorni per costruire una comunità coesa e solidale. [R. Coc.]