



MICHELE ANDRIANI



MAURIZIO ZANELLA



VINCENZO ACQUAFREDDA



FRANCESCA CORRADI



GABRIELE CUONZO



RICCARDO FELICETTI

LA FILIERA AGROALIMENTARE CAMBIA PELLE

La crisi sanitaria ha ridisegnato gli equilibri del settore evidenziandone i punti deboli: dipendenza dalla materia prima estera e mancata valorizzazione del made in Italy

di francesca corradi



Dalla produzione primaria alla distribuzione, l'emergenza sanitaria ha cambiato radicalmente gli scenari dell'agroalimentare rafforzando la consapevolezza della centralità della filiera. Ogni crisi porta a un cambiamento che si basa su un processo d'innovazione. Ecco perché, per la ripartenza, serve investire in ricerca e sviluppo e tutelare il made in Italy, anche attraverso strumenti quali la proprietà intellettuale e la blockchain. Questo, in sintesi, è ciò che è emerso durante il webinar organizzato, lo scorso 21 maggio, da *foodcommunity* e *legalcommunity* e in collaborazione con lo studio legale Trevisan & Cuonzo. **Vincenzo Acquafredda**, Partner Trevisan & Cuonzo, **Michele Andriani**, Presidente Andriani S.p.A, **Gabriel Cuonzo**, Managing Partner Trevisan & Cuonzo, **Riccardo Felicetti**, ceo Pastificio Felicetti e **Maurizio Zanella**, Presidente Ca' del Bosco si sono ritrovati - nella tavola rotonda virtuale "From farm to fork. I nuovi scenari della filiera agroalimentare italiana" - a parlare del lockdown e quindi di strategie per rimettere in moto l'economia italiana.



NUOVI EQUILIBRI TRA AGRICOLTURA E GDO

«L'avvento del Covid-19 sembra aver dato una spinta al settore e, probabilmente, anche una nuova chance al Sud Italia», afferma convinto l'avvocato Acquafredda.

C'è però la necessità di ripensare la filiera. In queste settimane sono, infatti, cambiati i comportamenti d'acquisto e consumo - con un boom dell' e-commerce - così come i rapporti tra il settore produttivo e la gdo. Dalle sole politiche di prezzo la bilancia si è spostata, finalmente, anche verso la qualità.

Andriani, l'azienda specializzata in prodotti premium naturalmente gluten free e prevalentemente bio (vedi [MAG 142](#)), punta sulla ricerca - preferibilmente fatta in Italia - che permette all'imprenditore di avere anche più certezze nella pianificazione.

«Noi italiani dobbiamo proteggere la biodiversità e "fare italiano" con le nostre forze, menti e sul territorio. Siamo impegnati, come gran parte del nostro settore, a cercare di unire la necessità tra qualità e quantità per promettere così al consumatore un prodotto e delle condizioni migliori attraverso le filiere agroalimentari», afferma il presidente Andriani.

A proposito di questo l'azienda pugliese ha avviato la filiera di legumi più grande in Italia, oltre 5mila ettari. «L'obiettivo è soddisfare il fabbisogno di materia prima utilizzando esclusivamente prodotti di filiera, che significa unire le esigenze del consumatore con la capacità del mondo agricolo», spiega l'imprenditore.

LA QUALITÀ DELL'AGRICOLTURA ITALIANA VA MIGLIORATA

A proposito di filiera, quella del grano duro, a differenza di altri settori, sembra aver reagito bene. A confermarlo è lo stesso Riccardo Felicetti, nella duplice veste di ceo del pastificio omonimo e presidente dei Pastai italiani di Unione Italiana Food: «È stata molto responsabile a livello generale, a prescindere che la materia prima era già stata raccolta e stoccata e questo non ha fatto altro che favorire il business».

La pasta, tra i prodotti più ricercati in questi mesi sugli scaffali di tutto il mondo, durante il lockdown ha registrato una crescita a doppia cifra e, dopo anni di flessione in Italia, già prima del Covid-19 aveva manifestato dei segnali di ripresa.

La curva di richieste dopo il boom delle prime settimane sembra essersi stabilizzata intorno a metà aprile, con un +10%.

L'azienda trentina, in questi primi mesi del 2020, ha consolidato la presenza anche oltreoceano: «In Canada avevamo una giacenza di magazzino prima di sei mesi e ora di uno solo. Negli Stati Uniti, invece, ad aprile abbiamo dovuto inviare una quantità di merce pari a ciò che di solito smaltiamo, in quel Paese, in un semestre».

Non è tutto oro ciò che luccica perché questa pandemia ha portato anche l'ombra della speculazione: «Un aumento imprevisto e irrazionale della domanda di grano, fino al 50%,

ha provocato una crescita dei prezzi - afferma Felicetti - un comportamento che ha destato anche qualche preoccupazione al Ministero dell'Agricoltura».

Al netto dell'aumento del fatturato per la pasta quindi non è stato un momento così idilliaco perché gli imprenditori hanno visto assottigliarsi la marginalità, già risicata nel settore.

Il coronavirus ha modificato anche alcuni piani di sviluppo aziendali. «Abbiamo posticipato a settembre il progetto strategico sul packaging e invece, all'estero, rallentato gli inserimenti sugli scaffali della gdo», racconta l'imprenditore di Predazzo.

«Per deficit di volumi e anche per deficit qualitativo, perché non tutto il grano italiano è buono, si usa materia prima estera. Per migliorare la qualità dell'agricoltura italiana ci sono due maniere: provvederle al suo miglioramento con impegno reciproco o denigrare l'agricoltura straniera con effetto boomerang di denigrare quindi i prodotti fatti in Italia con quelle materie prime, come è successo con cinque anni di bombardamento criminale contro il grano canadese».

«Togliere dall'etichetta il tricolore o indicazioni di provenienza da un prodotto, a tutti gli effetti, made in Italy genera confusione. La colpa, di fatto, è nostra perché non siamo stati capaci di difendere la produzione italiana. Non difendendo la produzione industriale non tuteliamo nemmeno quella agricola. Abbiamo perso», tuona Felicetti.

«La proprietà intellettuale può rappresentare uno strumento strategico per valorizzare i processi innovativi e tutelare i prodotti e il made in Italy, determinando importanti

crescite di fatturato», afferma l'avvocato Acquafredda.

NO ALLA DIPENDENZA DALL'ESTERO

A proposito di grano, durante il dibattito si è toccato il nervo scoperto dell'Italia ovvero la grande dipendenza di materia prima dai Paesi esteri. Tra i prodotti più importati ci sono anche i legumi, soprattutto le lenticchie. Inoltre, la maggior parte del bio venduto in Italia proviene da Turchia e Ucraina. «Dobbiamo implementare la nostra produzione, anche attraverso i brevetti varietali - come hanno fatto in Cina triplicando la resa del riso - per sdoganarci dalla dipendenza economica estera», afferma Acquafredda.

“LE CRISI PASSANO MA I VALORI RESTANO”

Tra i settori che più hanno sofferto in questo lockdown c'è sicuramente quello del vino con impatti diversi all'interno della stessa filiera. La crisi ha colpito, in particolar modo, il vino nobile ovvero legato al territorio e alla filiera molto corta. Lo stop dell'horeca ha provocato grandi difficoltà anche a uno dei fiori all'occhiello della Franciacorta: «La ripresa non avverrà prima dell'estate e se andrà bene chiuderemo il 2020 con un calo di fatturato tra il 28 e il 35% in meno», afferma Maurizio Zanella, presidente di Ca' del Bosco. «La coerenza ai propri valori e la calma vincerà e sarà fondamentale per ripartire», dichiara Zanella.

La destagionalizzazione del Franciacorta e di tutti quei vini considerati celebrativi e d'occasione potrebbe giovare.

LA CRISI DELL'AGRIBUSINESS

Il confronto durante il webinar ha fatto riaffiorare non pochi problemi che affliggono il sistema agroalimentare: dall'approvvigionamento della materia prima alla manodopera, concepita ancora come modello servile soprattutto al Sud. «Quest'esperienza, dal punto di vista economico, ci dice che l'Italia ha bisogno di pensare all'agricoltura e alle sue industrie primarie, inclusa quella vinicola, in maniera diversa. Abbiamo delle imprese fantastiche, anche se forse ancora troppo piccole dimensionalmente. Servirebbe più tecnologia applicata non a livello individuale ma collettivo: manca una regia», dichiara Cuonzo. L'epidemia è stato un grande acceleratore e ha mostrato l'importanza dell'agricoltura di precisione, strumenti per migliorare la produzione, e il tema delle varietà vegetali. Le imprese le conoscono molto ma «manca una riflessione integrata», ammette il managing partner. «Quando parliamo di infrastruttura giuridica parliamo dell'infrastruttura di un'economia 4.0. Dovremmo fare uno sforzo collettivo sulle strategie per conciliare e orientare l'ingresso della tecnologia, senza danneggiare l'ecosistema e proteggere il made in Italy», continua Cuonzo. Gli imprenditori e non solo chiedono a gran voce un cambiamento strutturale del settore. Cosa stiamo aspettando? 🍷