

Agroalimentare

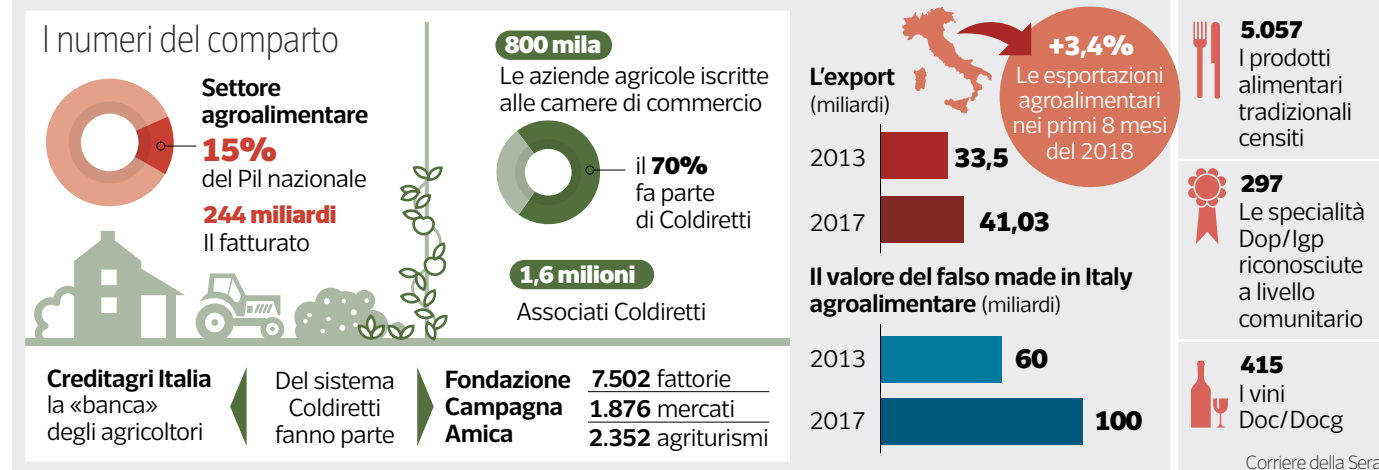
di Francesca Basso

«Il nostro export vale 41 miliardi L'Europa? Ci difenda meglio»

Prandini (Coldiretti): competitività, serve una rete ferroviaria veloce

MILANO «Il mio slogan? L'agricoltura prima», scherza (ma non troppo) il nuovo presidente di Coldiretti Ettore Prandini, giocando sull'«America first» di Donald Trump. Bresciano, 46 anni, da mercoledì scorso è alla guida della prima associazione degli agricoltori d'Europa per numero di iscritti, 1,6 milioni. Difesa del made in Italy e guerra all'Italian sounding, dazi e lotta agli accordi commerciali. La sua Coldiretti, per ora, si muove sulla linea della continuità con la gestione Moncalvo. Del resto Prandini è stato uno dei suoi vice per cinque anni. Ma il nuovo presidente ha dalla sua anche l'esperienza maturata al vertice di Coldiretti Lombardia (una delle regioni più pesanti sul fronte agricolo) e la gestione di Milano Expo 2015. A 28 anni è entrato nell'azienda zootecnica di bovini da latte di famiglia. Poi nel 2006 ha aperto con la sorella una cantina vitivinicola. La politica la mastica fin da ragazzo, suo padre Giovanni fu un rappresentante di spicco della Dc (ministro della Marina mercantile e dei Lavori pubblici). «Per l'agricoltura serve un progetto di visione — spiega —, non di breve respiro. Si devono dare risposte immediate avendo presente il medio lungo periodo».

Nel suo discorso di inse-



Alla guida



● **Ettore Prandini**, 46 anni, bresciano, è il nuovo presidente di Coldiretti, l'associazione degli agricoltori che conta 1,6 milioni di iscritti

diamento ha detto che siete «un'organizzazione filogovernativa, ma non politica». Cosa vuol dire?

«Non siamo un soggetto partitico, ma è doveroso confrontarci con la politica e le istituzioni di questo Paese. Dobbiamo rispondere alle esigenze delle imprese agricole e del comparto agroalimentare in modo più ampio. Per questo abbiamo lanciato Filiera Italia ad ottobre, una nuova realtà associativa che mette sullo stesso piano il mondo agricolo e l'industria agroalimentare italiana d'eccellenza per difendere tutta la filiera agroalimentare nazionale e sviluppare nuovi progetti».

Siete contrari agli accordi commerciali come il Ceta.

Muoversi con l'Ue non serve a tutelarsi in un mondo globalizzato?

«Siamo di fronte a una finta globalizzazione. E l'Europa è lunga e burocratica nel concedere l'obbligo dell'indicazione di origine ma non interviene quando Paesi come Francia e Gran Bretagna introducono le etichette semaforo che penalizzano la dieta mediterranea e le nostre produzioni. Gli accordi commerciali funzionano per altri settori ma non per noi. Il Ceta non sta dando i risultati aspettati e non serve a combattere il fenomeno dell'Italian sounding (falsi prodotti agroalimentari spacciati come made in Italy, ndr). Dobbiamo posizionare l'agroalimentare sul mercato mondia-

le come se fosse un prodotto di nicchia e farci pagare le nostre eccellenze».

Cosa proponete?

«In cinque anni il valore dell'export agroalimentare è passato da 33,5 miliardi a 41,03 miliardi, ma il giro d'affari dell'Italian sounding da 60 a 100 miliardi. Vuol dire che c'è fame di prodotto italiano. C'è un problema di internazionalizzazione. Dobbiamo guardare al modello francese e tedesco: quando si apre un mercato, Parigi e Berlino arrivano velocemente. È fondamentale il ruolo delle ambasciate. Manca un sistema Paese su agricoltura e agroalimentare».

Le aziende agricole italiane sono troppo piccole?



È fondamentale il ruolo delle ambasciate. Manca un sistema Paese su agricoltura e agroalimentare. Perché crediamo in Filiera Italia

«Non esistono problemi di dimensioni. Negli anni Ottanta e Novanta ci dicevano che per competere bisogna essere grandi. Ma se consideriamo la crisi del 2007, le aziende che hanno saputo resistere sono le piccole e medie a gestione familiare. Alla fine però, le esigenze delle grandi e delle piccole sono le stesse. Bisogna anche cominciare a pensare a un maggiore coinvolgimento della Cdp sull'agroalimentare, per evitare nuovi casi Pernigotti».

Quali esigenze ha il comparto?

«Per essere competitivi servono infrastrutture che permettano di portare i nostri prodotti, che sono deperibili, velocemente sui mercati. Il ragionamento sulla Tav va fatto partendo dal trasporto merci e non dai passeggeri. Serve una rete mista di trasporto veloce ferroviario per il Nord ma anche per valorizzare il Sud».

Cosa chiedete alla nuova Pac post 2020?

«I fondi di sostegno europeo al comparto agricolo non devono essere legati alla superficie produttiva ma dovrebbero premiare i sistemi che garantiscono più occupazione, favorendo i giovani, la ricerca, lo sviluppo e la sostenibilità. Finora l'errore dell'Italia a Bruxelles è stato aspettare i provvedimenti, invece bisogna prevederli. Sui tavoli dobbiamo esserci prima. In Europa dobbiamo mandare i migliori. Sul riso abbiamo avuto ragione e ora il Consiglio Ue a fine mese dovrà votare per rimettere i dazi sulle importazioni da Birmania e Cambogia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Scegli il fondo fatto per te e inizia a costruire per il domani: offriamo oltre 30 soluzioni di investimento che mirano a fornirti una rendita regolare, per darti ciò che cerchi in questi tempi incerti.*

www.fidelity-italia.it/reddito

Soluzioni a cedola Fidelity

Insieme, sulla strada per il futuro.



Il valore degli investimenti e il loro rendimento può diminuire o aumentare e un investitore può anche non riottenere la somma investita.

Azionario | Obbligazionario | Multi Asset | Real Estate | ESG



* Il reddito si riferisce al coupon e non è garantito, non è fisso, può variare nel tempo e si riferisce solo alle classi di reddito (M) e reddito (Q). Prima dell'adesione leggere attentamente il prospetto e il documento contenente le informazioni chiave per gli investitori ("KIID"), pubblicati presso la Consob e disponibili presso i soggetti collocatori, nonché sul sito www.fidelity-italia.it. Se non altrimenti specificato, i commenti sono quelli di Fidelity. Queste informazioni non devono essere riprodotte o circolate senza autorizzazione preventiva. Fidelity fornisce esclusivamente informazioni sui suoi prodotti e non offre consulenza sugli investimenti basata su circostanze individuali. Fidelity International si riferisce al gruppo di società che compone l'organizzazione globale di gestione di investimenti che fornisce informazioni su prodotti e servizi in determinate giurisdizioni, ad eccezione dell'America settentrionale. Questa comunicazione non è diretta e non deve essere diretta a persone residenti negli Stati Uniti o ad altri soggetti residenti in paesi dove i fondi non sono autorizzati alla distribuzione o dove non è richiesta alcuna autorizzazione. Fidelity, Fidelity International, il logo di Fidelity International e il simbolo "F" sono marchi registrati da FIL Limited. Il presente materiale è pubblicato da FIL Luxembourg S.A., autorizzata e regolamentata dalla CSSF (Commission de Surveillance du Secteur Financier). SSO18IT1032