

di **Lorenzo Frassoldati**

«SOSTENIBILI PER NATURA, DISINNESCARLA LA MINA PREZZI»

IERI A DUBAI nella vetrina globale dell'Expo spazio alle buone pratiche agricole e della pesca della cooperazione italiana. «Quella della sostenibilità è una sfida che da anni è stata accettata dalle cooperative di Legacoop Agroalimentare, con investimenti continui in innovazione e applicazione diffusa delle tecniche di agricoltura digitale, essenziali per il contrasto al cambiamento climatico», dice Cristian Maretti, classe 1969, romagnolo, da ottobre 2020 presidente dell'agrifood (più il settore pesca) targato Legacoop. Un universo importante di imprese (1497), di soci (189.031), di addetti (27.378) per quasi 9,5 miliardi di euro di giro d'affari.

Le buone pratiche della cooperazione agricola arrivano da lontano da prima che l'Europa parlasse di transizione ecologica...

«Tracciabilità, allevamenti, riduzione di fitofarmaci: le nostre cooperative – sottolinea Maretti – sono da anni impegnate nei principali sviluppi tecnologici per la salvaguardia della qualità dei suoli, per l'apporto mirato di nutrienti organici, per la riduzione di concimi e fertilizzanti e di fitofarmaci. Non solo: risparmio idrico, tracciabilità di filiera, riduzione delle emissioni di metano e gas climalteranti da parte degli allevamenti e riduzione dell'uso di antibiotici. Poi la pesca: conservazione degli stock ittici e degli ecosistemi marini, riduzione degli sprechi e recupero della plastica in mare o delle reti di scarto».

Poi è arrivato il Green Deal e la Farm to Fork...

«Il modello cooperativo svolge un ruolo importante nel diffondere le nuove tecniche alle piccole imprese agricole familiari associate che, diversamente, non potrebbero affrontare da sole sfide tanto complesse. La cooperazione agroalimentare ha sposato da tempo la sfida della sostenibilità, ha investito in innovazione utilizzando i fondi del Partenariato Europeo di Innovazione (PEI) e dei programmi Horizon e sta già applicando diffusamente da anni tecniche di agricoltura digitale essenziali per il contrasto al cambiamento climatico».

Quindi Dubai è la vetrina giusta per guardare al futuro?

«Certamente, e voglio dirlo nettamente, il nostro

9,5

L'universo Legacoop Agroalimentare conta 1.497 imprese, oltre 189mila soci, 27mila addetti e quasi 9,5 miliardi di euro di giro d'affari

LA VETRINA DI EXPO DUBAI

Cristian Maretti guida Legacoop Agroalimentare e, ieri, ha partecipato a Expo Dubai, la manifestazione internazionale in corso negli Emirati Arabi: «È la vetrina giusta. Uno spazio adatto per presentare le buone pratiche dell'agro alimentare italiano»



non è green-washing, è un impegno deciso nell'ambiente e nell'innovazione che fa data dall'assemblea del 2020 e arriva da lontano. Tutto questo ha un costo e se i prezzi si bloccano, si bloccano anche le buone pratiche sulla sostenibilità».

Il tema prezzi è un fronte caldo tra voi e la grande distribuzione. Voi chiedete un adeguamento dei listini a causa dell'esplosione dei costi di energia, materie prime, materiali, trasporti, logistica ecc. Le catene, chi più chi meno, fanno orecchie da mercante. Come se ne esce?

«Vedo che c'è la tendenza a contrapporre i margini della Gdo a quelli dell'industria alimentare. A noi quei numeri non risultano, almeno nei margini delle nostre cooperative. Poi bisogna tenere conto che la cooperazione agroalimentare non fa parte dell'industria alimentare ma del mondo agricolo. La nostra missione è valorizzare al massimo la materia prima conferita dai soci, che sono i nostri padroni. Questo che significa? Che i nostri margini sono molto più bassi di quelli che la Gdo attribuisce all'industria alimentare. Noi facciamo un mestiere diverso e di questo bisogna tenere conto, perché non vedo in giro questa consapevolezza».

Quindi costi più alti per le vostre imprese di trasformazione. E i soci agricoltori?

«I soci subiscono gli stessi rincari anche a casa loro, nelle loro imprese. Di conseguenza diventa difficile, quasi impossibile, garantire l'equilibrio economico delle imprese di trasformazione e delle im-



L'IMPEGNO

«Voglio dirlo con chiarezza: il nostro non è green-washing, ma se i prezzi si bloccano, si bloccano anche le buone pratiche sulla sostenibilità»

prese dei soci. Imballaggi, energia, gas, materie prime, vetro, legno: i rincari impattano sui conti di tutti, uno tsunami economico devastante, soprattutto nell'anno che viene».

Allora, come se ne esce?

«Il tema ormai è trasversale a tutto il mondo produttivo: il governo deve cominciare ad occuparsene con scelte chiare, a partire dal campo energetico. Poi, nell'immediato, non è pensabile che l'industria di trasformazione si trovi davanti a una Gdo che chiude le porte a qualsiasi ritocco dei listini. Qualche concessione è stata fatta, ma del tutto insufficiente per poter resistere a queste tensioni enormi nel corso del 2022».

Vi accusano di voler fare esplodere l'inflazione...

«Nessuno di noi ha questo interesse, tutti sono pronti a farsi carico di questi aumenti fin dove possibile, però di fronte ad aumenti di tre volte del costo dell'energia non è pensabile che sui prezzi a scaffale nessuno ce lo riconosca, almeno in parte, almeno a tempo. Non c'è bisogno di un tavolo ministeriale per provvedere, bastano tre telefonate, io penso».

Le catene soprattutto i discount, stanno facendo affari d'oro...

«Ogni catena segue propri obiettivi d'impresa e di posizionamento. Il canale discount è quello che si è più affermato, anche prima della pandemia, a partire dalla grande crisi del 2008. Qui l'elemento prezzo è decisivo e la nostra preoccupazione è la banalizzazione del cibo, e questo alla lunga danneggia tutti, in particolare il made in Italy che usa materie prime che hanno un costo maggiore. Il food cooperativo è al 90% made in Italy, in pratica incorpora il valore aggiunto dell'agricoltura nazionale».