

FOOD & MADE IN ITALY**VII edizione del Summit del Sole 24 Ore****Dal Governo 1,150 miliardi per agricoltura e food**

All'iniziativa si sono registrati 2.900 utenti. Il comparto vale 538 miliardi di euro dal campo allo scaffale, fino alla ristorazione. Aiuti immediati previsti per il florovivaismo in grave crisi e la zootecnia

Tra Decreto Liquidità e Decreto Rilancio, il governo italiano ha messo a disposizione qualcosa come 1,150 miliardi per il rilancio del settore agricolo e di quello alimentare dopo l'emergenza Covid-19. A fare i conti precisi è stata la ministra dell'Agricoltura, Teresa Bellanova, intervenendo ieri al Food & Made in Italy Summit del Sole 24 Ore, che per questa sua settima edizione si è svolto in modalità soltanto digitale, aperto dal direttore del Sole 24 Ore, Fabio Tamburini. Gli utenti che si sono registrati per partecipare al forum online sono stati 2.900, oltre 150 coloro che hanno interagito via chat con gli ospiti.

La quota più elevata dei fondi, circa 430 milioni di euro, è stata stanziata per esentare per sei mesi dal pagamento dei contributi le aziende dei settori che hanno accusato più il colpo da Coronavirus, come il comparto florovivaistico e la zootecnia. Circa 350 milioni di euro sono stati messi a disposizione dell'Ismea per garantire liquidità alle imprese: «Lo abbiamo fatto - ha ricordato ieri la ministra - con la modalità della cambiale agraria, che ha permesso di rendere operativi i prestiti agevolati da 30mila euro nel giro di una sola settimana dal momento della presentazione delle richieste». Tempi impensabili, per chi invece è dovuto passare dai tradizionali istituti di credito. Altri stanziamenti, ha ricordato sempre ieri la ministra, riguardano il sostegno al comparto del vino, a quello zootecnico, ai consorzi di bonifica, alla pesca e alla lotta alla cimice asiatica, «mentre per quanto riguarda il fondo indigenti, che può contare su 300 milioni di euro, ho chiesto che venga speso solo per prodotti made in Italy, in modo che sia allo stesso tempo un aiuto per le fami-

glie in difficoltà ma anche per i produttori più colpiti dalla crisi».

Non c'è però solo il superamento del Coronavirus nel futuro dell'agroalimentare italiano, un comparto che vale 538 miliardi di euro dal campo allo scaffale, fino alla ristorazione. Il prossimo obiettivo lanciato dalla Commissione Ue attraverso il Green Deal è per esempio quello della sostenibilità: «Con le sue declinazioni strategiche "Farm to fork" e "Biodiversity" - ha spiegato l'euro parlamentare Paolo De Castro durante il summit di ieri - questa politica sarà perfezionata e riformata nei prossimi due anni, per entrare in vigore nel 2023, e dovrà incentivare, non penalizzare, i nostri agricoltori a produrre di più e con meno chimica inquinante». «La sostenibilità - gli ha fatto eco il presidente di **Confagricoltura**, Massimiliano Gian-santi - non deve essere solo ambientale ma anche economica e sociale». E anche per il mondo assicurativo la sostenibilità è un tema su cui è necessario ragionare: Reale Mutua, in collaborazione con **Confagricoltura**, lo fa con Agricoltura 100: «Il progetto - ha spiegato il vicedirettore generale di Reale Mutua, Andrea Bertalot - ha l'obiettivo di mappare in modo strutturato i nuovi bisogni delle imprese agricole per sviluppare soluzioni innovative con cui continuare a proteggerle». L'innovazione tecnologica gioca un ruolo fondamentale nello schiacciare l'acceleratore sulla sostenibilità: «Ci sono tecnologie - ha spiegato al Food Summit di ieri Giorgia Palazzo, partner di Expense Reduction Analysts - come per esempio quella della blockchain, che ormai possono considerarsi mature e la cui adozione costa sempre di meno alle aziende».

Che traccia resta, invece, dei comportamenti di consumo indotti dal coronavirus, ora che il lockdown è fi-

nito? Secondo l'indagine commissionata dalla Cia Agricoltori italiani, racconta la sua direttrice generale, Claudia Merlino, «si è andata rafforzando la centralità del cibo Made in Italy e, soprattutto, local, che ha portato anche i consumatori a interagire direttamente con i produttori attraverso le piattaforme di e-commerce, il cui utilizzo da gennaio a oggi, per quanto riguarda il solo settore food, è cresciuto del 130%». Secondo Antonio Cellie, ad di Fiere di Parma, a restare sarà anche «l'abitudine a cucinare di più a casa, e questa è una buona notizia per il nostro export agroalimentare, fatto soprattutto di prodotti di base di eccellenza come l'olio, la pasta o i formaggi che verranno sempre più acquistati nelle cucine di mezzo mondo». Mentre per il dg delle cantine cooperative Caviro, SimonPietro Felice, il Covid-19 «ci ha insegnato a evitare gli sprechi. E da noi nulla va sprecato: dagli scarti della lavorazione dell'uva abbiamo prodotto alcool denaturato, polifenoli, acido tartarico ed energie rinnovabili quali bioetanolo e biometano. Prodotti nobili, in grado di produrre a loro volta ulteriore reddito».

L'emergenza sicurezza sotto il Coronavirus ha dato infine nuovo slancio all'utilizzo della plastica per gli imballaggi alimentari e per le stoviglie monouso: «La supply chain - ha detto Stefano Lazzari, consigliere dell'associazione Pro Food Italia e Ceo del gruppo Sirap - ha dovuto garantire picchi che nel mese di marzo hanno raggiunto anche il +40%». Per questo gli operatori del settore chiedono che la Plastic Tax venga sostituita da una tassa sulla sostenibilità, che penalizzi chiunque non produca un imballaggio sostenibile, a prescindere dal materiale di cui è composto.

—R.E.I.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'intervento. La ministra dell'Agricoltura, Teresa Bellanova, durante il suo intervento al Food & Made in Italy Summit del Sole 24 Ore di ieri