

Unionfood e Confagricoltura danno vita a Mediterranea

La nuova associazione

Tra gli obiettivi principali promozione all'estero e accordi di filiera

Grano, pomodoro e olio extravergine di oliva saranno i primi ambiti d'intervento

Micaela Cappellini

qqqMediterranea. Come la dieta che vuole promuovere nel mondo per aumentare l'export delle eccellenze agroalimentari italiane. È questo il nome dell'associazione a cui hanno dato vita Unione italiana food da un lato e Confagricoltura dall'altro. La prima raccoglie oltre 900 marchi della trasformazione industriale, la seconda rappresenta circa il 45% della produzione agricola nazionale. Alleandosi insieme, vogliono riavvicinare i due anelli chiave della filiera agroalimentare che va dal campo al prodotto finito.

Mediterranea è «un'associazione di scopo», spiega Massimiliano Giansanti, alla guida di Confagricoltura, che della neonata associazione sarà anche presidente. Nessuna fusione, insomma, avverrà tra le due compagini, ciascuna delle quali manterrà la propria rappresentanza politica. I suoi obiettivi saranno soprattutto la promozione all'estero e la creazione di accordi di filiera. «L'idea di lavorare insieme - continua Giansanti - è nata nel 2017, quando mettemmo in piedi il Protocollo d'intesa grano duro-pa-

sta, che negli anni ha portato a un significativo aumento del numero dei contratti di filiera tra i pastai e il mondo agricolo, con beneficio di entrambi». Più o meno in quel periodo, con lo scopo di promuovere le collaborazioni verticali nell'agroalimentare, nacque anche Filiera Italia, ora diventata una fondazione che tra i suoi aderenti ha Coldiretti insieme a un centinaio di imprese della trasformazione.

Sulla scia del protocollo sulla pasta, ora Mediterranea punta a costruire intese simili anche in altri settori, a cominciare dalla filiera del pomodoro, da quella del grano tenero e da quella dell'olio extravergine d'oliva. Il secondo obiettivo dell'associazione è di lavorare insieme, industria e agricoltori, per aumentare la competitività sui mercati esteri: «L'export sarà sempre di più il futuro della produzione agroalimentare italiana - sostiene Paolo Barilla, presidente di Unionfood, che di Mediterranea sarà il vicepresidente -. In tutto il mondo i consumatori danno un'importanza sempre maggiore ai temi della salute e della sostenibilità e vogliono sapere con quali materie prime vengono fatti i cibi che mangiano». La promozione, secondo Barilla, è anche l'arma migliore per sconfiggere il falso Made in Italy: «Non ci sarà mai nessuna forza politica, amministrazione o giudice di tribunale che riuscirà a porre definitivamente fine ai prodotti fake. L'unico modo è andare in questi Paesi e promuovere i nostri, di prodotti».

In futuro, dunque, Mediterranea potrà comparire nelle delegazioni che accompagnano le impre-

se italiane nelle missioni all'estero alla ricerca di nuovi mercati. Firmerà studi e ricerche di settore. Costruirà tavoli trasversali sui temi fiscali, sul recepimento degli investimenti, sull'accessibilità dei fondi. E sarà potenzialmente aperta anche all'ingresso di altre associazioni: «Mediterranea è un esperimento - dice Giansanti -. Spesso, quando ci siamo seduti ai tavoli istituzionali, noi agricoltori ci siamo ritrovati a dire le stesse cose delle imprese della trasformazione, solo con linguaggi diversi. Per questo è importante un allargamento delle rappresentanze. Purché, come nel nostro caso, sia un allargamento consensuale, e non uno sconfinamento di una parte a svantaggio di un'altra. Dobbiamo uscire dalla logica dei centimetri conquistati a discapito di una parte. All'interno delle filiere, l'obiettivo non deve essere più quello di ottenere una fetta più grande degli altri, ma di puntare a una torta più grande per tutti. Occorre aumentare il valore aggiunto dei prodotti, in maniera tale che entrambe le parti portino a casa di più».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Giansanti: «Ampliamento delle rappresentanze consensuale, non è uno sconfinamento di una parte a scapito dell'altra»

IL FUTURO
Barilla:
«L'export sarà sempre di più il futuro della produzione agroalimentare italiana»



I NUMERI IN CAMPO

06901 106 06901

Miliardi di euro

L'associazione
Mediterranea è una
compagine che esprime un
valore di quasi 106 miliardi
di euro (56 miliardi per
l'industria e 49,2 miliardi per
la parte agricola, incluso il
valore aggiunto), dà lavoro a
650mila addetti e coinvolge
due terzi delle imprese
agricole italiane



L'alleanza.
In basso, Massimiliano Giansanti (a sinistra) e Paolo Barilla, rispettivamente presidente e vicepresidente di Mediterranea, la neonata associazione tra imprese alimentari e mondo agricolo