

ANNO XLVIII - N. 70

lunedì 1 marzo 2010

INTERVISTA CON GIOVANNI LUPPI, PRESIDENTE DELLA LEGACOOP AGROLIMENTARE

di Letizia Martirano

2050 - 01:03:10/12:15 - roma, (agra press) - Presidente della Legacoop agrolimentare, Giovanni Luppi e' una persona che mostra una spiccata sensibilita' per il dialogo ed una capacita' di individuare i possibili punti di contatto con i suoi interlocutori piuttosto che le divergenze. Anche per questa attitudine, probabilmente, egli e' convinto che un tavolo di confronto della filiera su temi cruciali per lo sviluppo dell'agroalimentare sia possibile. In questa intervista Luppi elenca con puntualita' i temi che vorrebbe porre all'attenzione del tavolo di confronto.

Perche' e' necessario un confronto?

Prendo spunto dalla relazione di Politi alla recente Assemblea della Cia. E' assolutamente condivisibile in particolare per quello che riguarda la richiesta degli Stati generali dell'Agricoltura. La crisi e' sotto gli occhi di tutti e anche il ministro Zaia, proprio all'Assemblea della Cia, lo ha riconosciuto. Parlerei di un comune sentire, d'altra parte confermato dal calo del 25 per cento dei redditi agricoli nel 2009. E' da questo drammatico dato che bisogna partire e affrontare una situazione complessa che vede il sovrapporsi di elementi congiunturali ad altri di natura strutturale.

Con chi e' opportuno avviare il dialogo?

E' necessario trovare un tavolo di confronto prima di tutto con la politica tenendo presente come in questo stato di cose, a rischiare l'espulsione dal settore non siano solo le imprese agricole marginali ma anche quelle piu' moderne causa la impossibilita' di remunerare gli investimenti. Nel tavolo devono essere presenti tutte le rappresentanze e tutte le opinioni. Spetta alla politica fare sintesi.

Saranno prove generali per una nuova concertazione?

Se il tavolo ci sara' noi riteniamo che bisogna porre il problema di un ritorno alla concertazione di tutta la rappresentanza che certamente e' molto, forse troppo articolata, rispetto alle modifiche intervenute nel settore primario, a partire dalla fortissima riduzione del numero delle imprese. Ma la politica non puo' semplificarla per decreto o privilegiando qualcuno. Deve piuttosto favorire l'unita' attraverso il dialogo poiche' la sua funzione e' l'ascolto. Non dobbiamo dimenticare che la diversificazione ha precise origini storiche: politiche, territoriali, produttive. Ognuno deve poter esprimere i propri progetti pero' penso che invece di accentuare le differenze la strategia dovrebbe essere quella di partire dal riconoscimento delle ragioni di ciascuno.

Cosa la spinge ad essere così aperto?

La conoscenza del settore e la consapevolezza che quasi sempre le proposte in campo hanno pregi indiscutibili pur nella loro parzialità. I farmers market, gli spacci aziendali, le vendite a km zero e quant'altro sono risposte alle esigenze di recuperare marginalità ma non sono, da sole, le risposte risolutive. Sono un pezzo di un insieme che contiene anche la trasformazione industriale. La Legacoop agroalimentare rappresenta un pezzo dell'agroalimentare, settore composto di 70 mila imprese (cooperative e non) il 90 per cento delle quali non occupa più di 7 addetti. Sono aziende, spesso cooperative, molto legate ai territori e non particolarmente vocate all'export.

Possono migliorare le proprie performance?

Per questo 90 per cento, la cooperazione - noi, la Fedagri, l' A.G.C.I., l'UNCI – ha il dovere di semplificare con fusioni ed alleanze. Penso al caso dell'area del Parmigiano Reggiano. Ciò può risultare utile soprattutto per avere accesso ai canali della GDO che copre sempre maggiori quote di mercato e che richiede forniture continuative, standard omogenei, servizio.

E per le altre?

Nell'ambito di quel 10 per cento fatto di grandi imprese le cooperative, lo si fa notare raramente, rappresentano una quota di mercato importantissima. Penso a Conserve Italia, per citare un gruppo che aderisce ad un'altra Centrale. Faccio anche notare che se nei settori vitivinicolo, oleario, ortofrutticolo non ci fossero le cooperative che piazzano all'estero le produzioni agricole italiane, saremmo nei guai.

Perché le cooperative danno più vantaggi?

In alcuni settori, a partire dal latte, la cooperazione sfrutta modelli societari peculiari combinando il modello cooperativo con quello societario tradizionale. Penso a Parmareggio controllata da Granterre, a Granarolo controllata da Granlatte. Inoltre il movimento cooperativo occupa filiere e attività importanti la cui marginalità è bassissima alle quali il capitale non cooperativo non è interessato. Questa nostra presenza è fondamentale per gli agricoltori perché noi utilizziamo le loro produzioni e per mission, radicamento territoriale più di altre imprese siamo legati alla italianità.

Anche nel settore vitivinicolo sussistono gli stessi vantaggi?

In questo settore abbiamo unificato Cantine Riunite e CiV ed oggi paghiamo il 20 per cento in più ai produttori rispetto alla media. Il gruppo Giv è controllato da Cantine riunite/Civ e ciò è un vantaggio in una situazione di difficoltà sul mercato interno determinata dal fatto che Giv opera prevalentemente sul mercato internazionale; nonostante la concorrenza diventi sempre più forte.

Insomma senza le cooperative l'agricoltura italiana sarebbe piu' povera!

Per storia, per missione, per vincolo, la cooperazione italiana e' un riferimento per l'agricoltura del paese. Noi siamo cooperative di produttori italiani e per questo piu' di altri siamo legati all'italianita'. Tuttavia anche per noi e' necessario mettere insieme imprese confrontandoci, nell'ambito della cooperazione, sulla politica delle integrazioni perche' dobbiamo avvicinarci alle dimensioni europee. Dobbiamo spingere sull'innovazione, investendo le risorse liberate proprio dall'integrazione e infine lavorare per l'internazionalizzazione. Il problema vero sta nelle imprese medie perche' queste non godono dei vantaggi di quelle di nicchia e non sono in grado di comportarsi come le grandi. Per questo il nostro obiettivo sono le fusioni tra cooperative e tra queste e gruppi non cooperativi. Per esempio questo potrebbe avvenire nel campo della macellazione suinicola unificando i macelli emiliano romagnoli e quelli lombardi. Noi abbiamo dimensioni di 5/10 volte inferiori alla media europea. E' di questo che voglio parlare al tavolo. A me interessa solo trasferire i maggiori margini possibili ai nostri produttori.

Lei parla spesso di italianita' ma ognuno poi va per conto suo, non e' cosi'?

L'italianita' e' un valore realizzabile attraverso opportune politiche di marketing o comarketing con la distribuzione e con una maggiore organizzazione sui mercati stranieri con azioni coerenti e coordinate tra imprese e politica perche' sui mercati agiscono i sistemi paese. D'altra parte la cooperazione agisce per il paese. La cooperazione appartiene alla collettivita' ed ha un modello transgenerazionale. Nessun socio si porta a casa pezzi del patrimonio quando lascia la cooperativa. Questo non e' un valore da poco.

Cosa pensa della Gdo?

La Gdo ha fatto il suo mestiere e non e' negativo che due marchi come Coop e Conad siano italiani. Meglio loro che altri, perche' la GDO trascina con se' i prodotti della sua patria d'origine. A noi, quindi, piacerebbe che la grande distribuzione italiana andasse all'estero.

E' possibile discutere con la GDO?

Si. Con loro c'e' la possibilita' di discutere sull'italianita' e sulla valorizzazione. Trovo che ci siano sensibilita' rinnovate, non siamo all'anno zero. Non escludo che si possa presentare un programma per la valorizzazione delle produzioni agricole italiane. Stiamo ragionando con loro del prezzo giusto, che lasci margini ai diversi attori.

Una bella speranza!

Eticità, legalità, rispetto dei contratti di lavoro sono un costo che paghiamo volentieri e che vorremmo ci fosse riconosciuto. Spero che in un mondo ideale in cui chi si occupa di GDO abbia sempre in mente questa griglia etica nello scegliere i suoi fornitori.

NOTIZIARIO TRASMESSO ALLE 12:15

E' vietata la riproduzione totale o parziale e la distribuzione con qualsiasi mezzo delle notizie di AGRA PRESS, salvo espliciti e specifici accordi in materia con citazione della fonte.

I TESTI CITATI SONO DISPONIBILI CON RIFERIMENTO AL NUMERO DI NOTIZIA
Tel 0668806721 - fax 0668807954 - email agrapress@mclink.it