

Argomento: Professioni

Coldiretti va sugli scaffali Lidl

ANDREA SETTEFONTI

I prodotti a marchio Firmato dagli agricoltori italiani finiscono nella catena tedesca Patto di vendita per l' equa remunerazione agli agricoltori Venti prodotti 100% made in Italy, a marchio Firmato dagli Agricoltori Italiani (Fdai), distribuiti dalla catena di discount Lidl. È il frutto dell' accordo tra Filiera agricola italiana spa, società di Coldiretti, e l' insegna tedesca della grande distribuzione. Un accordo in via sperimentale, che andrà avanti da maggio a settembre, con tre campagne consecutive. E che interesserà gli oltre 600 punti vendita Lidl presenti in Italia, dove sarà in vendita la nuova linea di prodotti caratterizzata dall' utilizzo di materie di prima scelta, interamente italiane e tracciabili. A raccontare a ItaliaOggi l' accordo è Stefano Albertazzi direttore di Filiera agricola. Domanda. Come nasce l' idea di mettere questi prodotti tutti italiani? Risposta. Ci siamo incrociati con Lidl, col presidente e con la direzione. E abbiamo deciso di intraprendere questo test, nel quale proviamo a costruire una serie di prodotti che diano equa remunerazione a tutti gli attori della filiera. In special modo alla parte agricola, spesso più penalizzata e sempre meno valorizzata. D. Un tema, questo, molto caro a Coldiretti. R. Coldiretti porta avanti questa battaglia da sempre. Si pensa che, con la razionalizzazione di tutti i passaggi della filiera, si possa rimanere nei prezzi giusti per il consumatore finale e si abbia la giusta remunerazione per gli agricoltori. Speriamo che questa scelta sia apprezzata dai consumatori. D. Perché vi siete rivolti a un player straniero per promuovere i prodotti italiani? R. Si è dimostrato subito un operatore della grande distribuzione molto sensibile a questi temi. Molto rapidamente abbiamo scritto l' accordo a quattro mani. Non è l' unica catena con cui ragioniamo, ma quelli di Lidl si sono dimostrati particolarmente ricettivi. E molto veloci nel concretizzare l' accordo. Hanno grandi disponibilità e aperture. D. Il marchio con cui saranno distribuiti è di fantasia? R. Sì, i venti prodotti - molti dei quali Igp o con riconoscimenti territoriali, come il riso del Delta del Po, l' olio toscano Igp, le clementine di Calabria o la pasta



100% da filiera di grano lucano - saranno tutti a marchio Fdai, che è il sigillo firmato dagli agricoltori italiani. D. Tutti prodotti realizzati con materia prima italiana? R. Il marchio Fdai, oltre alla completa tracciabilità della filiera, attesta l'impiego di materie prime interamente italiane, di matrice agricola e prodotte in coerenza con la vocazione produttiva italiana. D. Quanto prodotto pensate di immettere sul mercato? R. In questa prima fase pensiamo di vendere prodotti per qualche centinaio di migliaia di euro di valore, misurato alla produzione. D. Si tratta di una sperimentazione fino a settembre. Pensa che potrà essere ripetuta? R. Ovviamente si deve aspettare la reazione del consumatore finale, il suo apprezzamento. Quello che vogliamo è che questi accordi abbiano un seguito e possano essere incrementati. Si tratta indubbiamente di uno strumento importante e innovativo, che da una parte valorizza i prodotti agroalimentari dei territori italiani e dall'altro favorisce tutti i componenti della filiera dal campo alla tavola.