

• INTERVISTA AL PRESIDENTE DAVIDE VERNOCCHI

# Unaproa ha un obiettivo: far crescere l'ortofrutta

Rafforzare le aggregazioni e semplificare il sistema delle rappresentanze sono tra le priorità. Unione come «collante» per favorire lo sviluppo delle op al Sud

di Nicola Castellani

**D**avide Vernocchi, nuovo presidente di Unaproa, l'Unione delle associazioni dei produttori ortofrutticoli e agrumari, è un giovane agricoltore titolare di una moderna azienda a indirizzo ortofrutticolo nel Ravennate, che nonostante l'età ha una lunga esperienza in campo cooperativo e associazionistico unita a idee chiare.

A lui, già vicepresidente, è stato affidato il compito di rilanciare il ruolo e le ambizioni dell'Unione. Per Unaproa un rinnovo dunque, ma nel segno della continuità.

**Come ha detto lo stesso ex presidente Fabrizio Marzano, Unaproa «si trova di fronte a un delicato momento di svolta». Quali sono le direttrici lungo le quali intende muoversi per risolvere i nodi attuali?**

Devo dire che raccolgo un'eredità non facile. Sotto la presidenza Marzano l'Unione è cresciuta molto: oggi sono più di 150 le op che fanno parte del nostro sistema, strutture che si occupano di prodotti freschi e trasformati, distribuite su tutto il territorio nazionale, dal Trentino-Alto Adige alla Sicilia. Unaproa è dunque un gigante che potrebbe garantire nuove, interessanti opportunità ai suoi associati, sempre più affamati di risposte che oggi faticano ad arrivare.

I tempi sono rapidamente cambiati e importanti questioni continuamente rimandate oggi non possono più attendere: i nostri soci, ma direi gli agricoltori in generale, vogliono una semplificazione del sistema delle rappresentanze che porti a una maggiore competitività della produzione. Gli stessi decreti applicativi della nuova ocm costituiscono degli indicatori importanti per fare sintesi in un momento aggregativo nazionale.

Ecco, molto sinteticamente, la mission della mia presidenza sarà proprio quella di rafforzare il sistema aggregativo a tutti i livelli, con grande determinazione.

**Un compito non facile. Mediamente a livello nazionale la quota di aggregazione nel settore è ferma da anni attorno al 30-35% e in intere zone del Meridione questo valore scende drasticamente. Come si possono, dunque, stimolare gli agricoltori a mettersi assieme? La nuova ocm può dare una mano?**

Il problema è complesso, ma non insolubile. Credo che più di tante parole gli agricoltori di quelle aree, che per ragioni storico-culturali non hanno finora creduto nel valore vincente dell'aggregazione, abbiano bisogno di esempi concreti cui fare riferimento. Guardo con ammirazione al Trentino-Alto Adige, dove una cooperazione ben gestita e un efficiente sistema aggregato in op consente ai produttori ottimi risultati commerciali, attraverso marchi noti ormai perfino in Oriente. A mio avviso non è quindi la politica che deve risolvere i problemi dei produttori, ma sono gli stessi produttori che devono rendersi protagonisti del proprio futuro. Riguardo alla nuova ocm, premesso che in termini generali il finanziamento del 4,6% dei programmi operativi delle op ortofrutticole è assolutamente insufficiente in rapporto al volume d'affari che muove il settore, credo che un'opportunità nuova e interessante da cogliere sia quella di rendicontare nei programmi operativi la promozione dei marchi aziendali. Questo consente di consolidare la presenza sul mercato, differenziare il prodotto, cercare nuovi sbocchi commerciali e, più in generale, aumentare le possibilità di vendita. È chiaro che lo sforzo finanziario necessario risulta particolarmente ingente, e per tale ragione solo pochi hanno potuto attivare iniziative di questo tipo.

**Promuovere il prodotto è sempre più importante, in Italia ma, soprattutto, all'estero...**

Senza dubbio. I mercati domestici sono ormai saturi e guadagnare quote di vendita

è particolarmente difficile. Dobbiamo però stare attenti anche a non perdere posizioni a vantaggio di temibili concorrenti a noi vicini come la Spagna.

Al contrario, vi sono mercati, come quelli vicini dell'Est europeo, che stanno crescendo rapidamente e i nostri produttori dovrebbero presidiarli meglio. Per fare questo bisogna però essere strutturalmente forti: servono op ben capitalizzate, capaci di garantire forniture omogenee per qualità e prezzo per lunghi periodi, in grado di gestire in modo più efficiente i processi logistici. Il sistema aggregato in Unaproa può offrire nuove opportunità in quest'ottica anche, per esempio, di tipo consortile. L'Unione può, in altre parole, essere un «collante» in grado, attraverso le esperienze commerciali di maggior successo come quelle presenti in Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige, di far crescere realtà più piccole ed emergenti come quelle che appartengono al Sud Italia.

**E l'Organismo interprofessionale (Oi) può essere uno strumento in grado di favorire la penetrazione del nostro prodotto nei mercati esteri?**

Sarò sincero. L'interprofessione nel settore ortofrutticolo nel nostro Paese è una realtà ancora non pienamente sviluppata come vorrebbe l'ocm.

Ci sono tutti i protagonisti della filiera, è vero, però forse proprio per questo è un tavolo attorno al quale è sempre molto difficile trovare un accordo.

Accordo che si dovrà trovare a breve, questa volta nell'ambito della promozione dei consumi.

L'Unione Europea ha infatti ammesso a finanziamento un progetto di promozione presentato dall'Oi, peraltro l'unico progetto di promozione per i prodotti ortofrutticoli: si tratta di 3,7 milioni di euro per tre anni da destinare al mercato nazionale e a quelli di Regno Unito, Romania e Polonia.

Il finanziamento sarà per il 50% a carico dell'Ue, per il 20% a carico dell'Italia e per il 30% del soggetto proponente.

È una occasione ghiotta e da non perdere: per non correre il rischio che venga vanificato l'intero progetto è in corso, proprio in questi giorni, un'attenta valutazione all'interno delle diverse sigle per verificare come assicurare la quota di contribuzione privata.

A mio avviso le promozioni generiche, estremamente utili per incentivare i consumi di ortofrutta, dovrebbero essere portate avanti soprattutto a livello istituzionale dal momento che, considerata la necessità di forti investimenti, i costi sono diventati insostenibili per le singole imprese.



Il presidente di Unaproa Davide Vernocchi