

ETTORE PRANDINI, PRESIDENTE NAZIONALE COLDIRETTI

IL VINO È IL PRIMO AMBASCIATORE DELL'AGROALIMENTARE ITALIANO NEL MONDO

di Paolo Brogioni

Sui precedenti numeri di questa rivista sono state pubblicate le interviste ai presidenti delle associazioni della filiera vitivinicola: Federdoc, Uiv, Federvini, Confagricoltura, Alleanza Cooperative, Cia-Agricoltori. Passiamo ora a Coldiretti - Confederazione nazionale coltivatori diretti, che è la maggiore associazione di rappresentanza e assistenza dell'agricoltura italiana



Ettore Prandini

Il vino non solo è la punta di diamante, ma è l'ambasciatore dell'agroalimentare italiano.

Ettore Prandini, presidente nazionale di Coldiretti, si presenta così a *l'Enologo*. Per poi approfondire concetti, progetti, strategie e visioni. Il Piano nazionale di ripresa e resilienza, il Pnrr, è in qualche modo il filo conduttore che guida tutta l'intervista. Prandini, 49 anni bresciano,

è uomo pragmatico, che non ha paura a dare valore alle cose e a snocciolare cifre. Le transizioni ecologiche e digitali "sono imprescindibili, così come la comunicazione". Ma andiamo per ordine.

Presidente Prandini, con l'arrivo dei fondi del Pnrr, quale futuro intravede per l'agroalimentare italiano?

Il Piano nazionale di ripresa e resi-

lienza è un'opportunità di sviluppo e nuova occupazione per l'intero sistema Italia e non solo per l'agroalimentare. È questo il tempo di creare le condizioni per guardare a meccanismi legati all'internazionalizzazione e a quelle infrastrutture necessarie per farci competere. E proprio in merito alle infrastrutture, in Italia le abbiamo sempre identificate soltanto con le autostrade mostrando una visione alquanto miope. Questo tema è cruciale, ora abbiamo l'opportunità di aprirci al mondo con progetti legati ad esempio allo sviluppo aereo-portuale e ovviamente digitale.

Pensa che saremo in grado di farlo?

Non abbiamo scelta, o il Paese si struttura in tal senso oppure non avrà futuro. Di certo gli altri lo faranno e questo significherà crescere sempre meno degli altri e quindi saremo sempre meno competitivi sui mercati. C'è la necessità assoluta di far arrivare i nostri prodotti in ogni angolo del Pianeta.

L'emergenza Covid ha chiaramente evidenziato ritardi strutturali dell'Italia. In termini di comunicazione, nel nostro Paese come siamo messi?

Saper comunicare le nostre aziende, le nostre eccellenze, i nostri territori, la nostra storia e tutto ciò che rappresenta l'Italia nel mondo è semplicemente fondamentale. Di certo dobbiamo fare ancora passi in avanti importanti se parliamo di comunicazione. Intanto, dovremmo iniziare a comprendere e conoscere meglio i mercati in cui vogliamo inserirci, solo così potremo mettere in campo iniziative mirate e soprattutto efficaci per la promozione dei nostri prodotti. È necessario un salto di qualità, un'evoluzione del racconto del Paese Italia. Una narrazione che soprattutto all'estero faccia comprendere meglio cosa significhi il made in Italy.

Torniamo ai fondi del Pnrr e a tutte quelle misure economiche che possono essere attivate per uscire dalla crisi generata dall'emergenza Covid. Presidente, senza girarci troppo attorno, quanti soldi servono all'agroalimentare italiano per rilanciarsi nei prossimi cinque anni e gettare le basi per un futuro luminoso?

Serviranno complessivamente almeno dieci miliardi di euro. Intanto abbiamo sviluppato tutta una serie di progetti, con misure dirette, per circa sette miliardi. A questi dobbiamo aggiungere tanti altri investimenti di fondamentale importanza per le aziende del nostro settore, su tutte la digitalizzazione delle imprese, l'introduzione della blockchain per la tracciabilità dei prodotti e dei qr code, e non dimentichiamoci gli ammodernamenti tecnologici. Se mettiamo tutto insieme occorreranno almeno dieci miliardi.

Nel Pnrr è centrale il tema della transizione ecologica e digitale. Cosa ne pensa?

Sono strumenti imprescindibili. Chi non sa cogliere questa enorme opportunità vuol dire che non ha visione, non ha capito quello che i consumatori chiedono. Se i settori produttivi e gli imprenditori non guardano ai bisogni degli utenti finali sono destinati ad essere spazzati via. Per noi di Coldiretti, ad esempio, è fondamentale anche il tema delle energie rinnovabili, al punto che siamo riusciti a convincere il ministero competente nell'aumentare gli investimenti sul fotovoltaico. Dai seicento milioni si è passati al miliardo e mezzo di euro

sulle coperture. Poi ci sono tanti altri modelli di sviluppo sostenibile da perseguire, come il biogas o il biometano, tanto per fare degli esempi. Il tema della sostenibilità ambientale, oggi, è assolutamente vincente per le imprese, a maggior ragione se del settore agricolo.

Lasciamo per un attimo il tema dello sviluppo legato al Pnrr e parliamo di vino italiano. È ancora la punta di diamante del nostro agroalimentare?

Il vino non solo continua ad essere la punta di diamante, ma è l'ambasciatore dell'agroalimentare italiano. Dietro ad ogni vino c'è una storia, una famiglia, un territorio, una tradizione. C'è cultura. Oggi dobbiamo far crescere la consapevolezza nei consumatori sulla qualità dei nostri prodotti, la vera sfida che ci attende è creare maggiore valore.

Cosa vuol dire?

A mio avviso è inutile dire che siamo i primi esportatori di vini in termini di quantità, a me interessa creare valo-

altri settori produttivi, sono mancati tantissimo e i dati economici, purtroppo, stanno lì a dimostrarlo. Una fiera come il Vinitaly è uno dei momenti più avanzati a livello mondiale, il suo ritorno sarà di giovamento per tutto il comparto.

Ha una stima dei danni causati dalla pandemia per il mercato del vino?

Qui occorre fare una distinzione. I vini venduti nel canale della Grande distribuzione e con l'e-commerce hanno registrato anche dei segni positivi di crescita. La Gdo nell'ultimo anno e mezzo ha fatto registrare un più venti per cento. Il discorso cambia per i vini venduti nell'horeca, in agriturismi, ristoranti, bar, alberghi, che per le chiusure dei locali con le misure anti contagio hanno registrato perdite anche del quaranta per cento. Quello che ci deve far guardare con ottimismo al domani è che nel momento in cui i cittadini ritrovano un po' di fiducia si ha un rimbalzo immediato sui mercati, con segni positivi importanti anche



Paesaggio viticolo italiano

re economico per le imprese e sotto questo punto di vista c'è da lavorare ancora molto. Dobbiamo valorizzare al massimo i prodotti che esportiamo, al di là della quantità.

In ottobre avremo il ritorno in presenza del Vinitaly.

Le fiere e i vari appuntamenti legati al mondo del vino e in generale a tutti gli

rispetto al 2019. Ora dobbiamo consolidare la crescita.

Una vecchia questione mai del tutto risolta è quella legata all'origine e al tracciamento dei prodotti. Spesso sulle nostre tavole arrivano alimenti che non corrispondono esattamente a ciò per cui vengono venduti. Come si risolve questo atavico problema?

Purtroppo esiste, nonostante le battaglie e i controlli fatti negli anni. Ma oggi credo che siamo arrivati a un punto di svolta, una grossa mano ci verrà data dalla digitalizzazione e in particolare dalla blockchain che potrebbe tracciare in maniera indelebile l'origine di ogni prodotto.

Si è parlato tanto di modernità e futuro, in tal senso anche Coldiretti la vede destinata a una evoluzione?

Se è necessaria per gli imprenditori, a maggior ragione lo è per le rappresentanze che devono essere al fianco delle imprese. Coldiretti non dovrà perdere quelle che sono le sue radici e la sua storia, ma avrà ragione di continuare ad esistere solamente se saprà interpretare e governare il nuovo che avanza, soprattutto in termini di servizi offerti alle aziende.

Un'ultima domanda. C'è qualcosa che le sta particolarmente a cuore e di cui non abbiamo ancora parlato?

La ricerca. Il mondo agricolo deve collaborare e aprirsi sempre più al mondo delle università e della formazione. Ricerca, istruzione e sviluppo sono alla base di ogni successo d'impresa: non puntarci significherebbe commettere un errore imperdonabile. Occorre creare momenti di alto confronto, in tal senso un percorso è stato avviato con gli enologi. ■



Ettore Prandini è stato eletto presidente nazionale della Coldiretti nel novembre del 2018, dopo un'intensa attività di rappresentanza presso la sua regione (Lombardia). Nel 2006 è veniva infatti eletto presidente di Coldiretti Brescia, mentre dal 2012 al 2019 ha guidato la Federazione di Coldiretti Lombardia, fino a diventare vicepresidente nazionale Coldiretti a luglio 2014. È inoltre vicepresidente dell'Associazione Italiana Allevatori e Presidente dell'Istituto Sperimentale Italiano "L. Spallanzani". Laureato in giurisprudenza, Prandini guida un'azienda zootecnica di bovini da latte e dal 2006 avvia, insieme alla sorella Giovanna, la cantina vitivinicola "La perla del Garda" con produzione di Lugana.