

# «Una regia unica per l'export»

Parla Maurizio Gardini, presidente del colosso cooperativo Conserve Italia: «Ok al Ministero dell'Agroalimentare, con competenze allargate»

**U**n gigante in salute. Conserve Italia, il Gruppo cooperativo dell'ortofrutta trasformata con solide radici in Emilia-Romagna, si appresta a festeggiare i primi 40 anni forte della brillante performance dell'ultimo bilancio 2014-2015, chiuso con un fatturato aggregato che ha superato il miliardo di euro (vedi box a pag. 26). Un traguardo alla portata di pochissime imprese agroalimentari in Italia. Ne parliamo con il presidente Maurizio Gardini, che siede pure al vertice di Confcooperative nazionale.

**L'ultimo bilancio è stato il migliore della vostra storia: come stanno andando le cose in questo primo scorcio del 2016?**

Il trend del nuovo anno sta confermando la tendenza positiva del 2015. A fine dicembre abbiamo registrato un incremento del 2% del fatturato rispetto al semestre precedente, mantenendo i livelli di redditività. Sull'estero sarà forse un po' difficile ripetere l'exploit dello scorso anno, ma continueremo comunque a viaggiare con il segno più. Secondo le previsioni, le vendite sui mercati esteri dovrebbero registrare un'ulteriore crescita del 5%.

**Lei è stato tra i relatori al convegno della Regione Emilia-Romagna sul dopo Expo. Quali a suo giudizio i mercati esteri più interessanti per il made in Italy e voi come vi state muovendo?**

Il richiamo e la forza evocativa del *made in Italy* è davvero molto diffuso in tutto il mondo. A noi spetta il compito di intercettare la domanda di prodotti italiani di qualità in tutti i mercati, anche in quelli più lontani. I nostri progetti per il futuro sono di consolidare ulteriormente la nostra presenza nei mercati tradizionali e di crescere in Paesi come Cina o Giappone, procedendo per lo più attraverso accordi distributivi mirati e strategici, come quello concluso con successo alla fine dello scorso anno in Australia, che ci consente di vendere i nostri prodotti a marchio in 900 punti vendita della catena Woolworths.

**Passiamo ai negoziati Ttip, l'accordo di partenariato commerciale tra Usa ed Europa: qual è la posta in gioco per l'Italia?**

La posizione del nostro Paese è chiara: non potrà esserci alcuna intesa senza un'adeguata tutela dei prodotti Dop e Igp in un mercato, quale quello degli Usa, nel quale è fortissima la presenza del fenomeno dell'*italian sounding*. L'Italia, e con noi tutta l'Europa, darà battaglia per proteggere il valore aggiunto dei nostri prodotti di eccellenza per i quali chiederemo le stesse forme di tutela previste dalla normativa comunitaria, dalle regole sull'etichettatura all'obbligo dell'indicazione d'origine. Solo così potremo riuscire ad arginare il diffuso fenomeno di imitazione di prodotti, quali ad esempio prosciutti e formaggi, con denominazioni simili alle nostre.

**In che modo Governo e Regioni possono aiutare le imprese italiane a guadagnare spazio sui mercati esteri?**

Il capitolo export sta assumendo un peso sempre più strategico per l'intero sistema Paese. Le esportazioni agroalimentari hanno superato i 33,7 miliardi di euro a novembre 2015 e l'obiettivo indicato più volte dal ministro Martina e dallo stesso premier Renzi è di raggiungere quota 50 miliardi entro il 2020. In tale ambito va sicuramente dato merito al Ministero dello Sviluppo economico di aver progettato e finanziato un piano del valore di circa 36 milioni di euro – al quale si sono aggiunti altri 60 milioni con l'ultima legge di Stabilità – da destinare

**GIANCARLO MARTELLI**

Maurizio Gardini,  
presidente  
di Conserve Italia  
e Confcooperative  
nazionale  
(Conserve Italia)



**I NUMERI DEL GRUPPO  
CONSERVE ITALIA**

**Fatturato:** 1.012 milioni di euro (+1,9%); export +10%

**Soci:** 14.000 produttori agricoli

**Materie prime lavorate:** 575.000 tonn. (frutta, pomodoro, altri vegetali)

**Stabilimenti produttivi:** 12 (9 in Italia, 2 in Francia e 1 in Spagna)

**Principali marchi:** Valfrutta, Cirio, Yoga, Derby Blue, Juver



all'internazionalizzazione e promozione del *made in Italy* nel mondo.

**In questo quadro come valuta l'annunciata nascita del Ministero dell'Agroalimentare?**

È un'iniziativa a cui guardiamo con molta attenzione, sollecitata a più riprese proprio dalle organizzazioni agricole, tra cui l'Alleanza delle cooperative. Un ministero con più poteri e competenze allargate, la cui principale missione sia quella di accompagnare le imprese sul mercato. Ecco, io ritengo che per la crescita delle esportazioni il nuovo ministero possa rivelarsi assolutamente strategico, non solo per via di una futura ottimizzazione nella gestione delle risorse a disposizione. Al nuovo dicastero spetterà probabilmente anche il compito di attuare una regia unica delle azioni di promozione, di gestire le questioni relative agli interscambi e alle barriere tariffarie e fitosanitarie e, più in generale, di sostenere gli interessi di filiera sui mercati internazionali.

**Avete rinunciato all'approdo in Borsa, dove troverete le risorse per continuare a investire su**

**COOPERAZIONE AGROALIMENTARE,  
L'EMILIA-ROMAGNA È LEADER**

L'Emilia-Romagna "regina" delle coop agroalimentari italiane. È quanto emerge da uno studio curato da Nomisma per conto dell'Osservatorio sulla cooperazione del Mipaaf. Con 701 imprese (il 14% del totale nazionale) e un fatturato che nel 2013 ha superato i 13,1 miliardi di euro, l'Emilia-Romagna detiene infatti il 36% del valore complessivo prodotto dalle circa 5mila imprese cooperative italiane. Di più: nella "top 25" delle più grandi cooperative agroalimentari, ben 14 sono emiliano-romagnole e concentrano il 51% del fatturato totale. Oltre a Conserve Italia, basta citare Granarolo, Grandi Salumifici Italiani, Unipeg, Cantine Riunite-Giv, Progeo. L'Emilia-Romagna svezza in tutti i principali settori, con quote di fatturato che oscillano dal 25% dei servizi al 30% del vino, al 40% dell'ortofrutta, al 41% del latte, fino al 43% delle carni. Nella classifica per fatturato l'Emilia-Romagna precede Veneto (6,8 miliardi), Trentino-Alto Adige (3,7) e Lombardia (3,6).

**crescita, innovazione e politica di marca?**

In questi ultimi anni la situazione finanziaria di Conserve Italia ha conosciuto un deciso miglioramento grazie all'incremento delle vendite e della marginalità e a una maggiore attenzione ai costi. Siamo in tal modo riusciti a migliorare il nostro accesso al credito per finanziare programmi di investimenti sia tecnici, che di innovazione e di marketing e,

più in generale, per sostenere la crescita.

**Da poco siete entrati nel biologico e vi state lanciando pure nelle vendite su Internet: quali obiettivi vi ponete in questi due segmenti di nicchia?**

Si tratta di due mercati che non costituiscono ovviamente il nostro *core business* ma sui quali è forte la nostra attenzione. Abbiamo lanciato negli ultimi due anni nuove linee di prodotti biologici, dalla passata ai recentissimi succhi di frutta a marchio Valfrutta. Per quanto riguarda invece le vendite online, abbiamo attivato due interessanti esperienze con piattaforme realizzate in Regno Unito e in Cina. Anche il colosso del commercio elettronico, Amazon, da quando ha lanciato la vendita *online* dei prodotti alimentari freschi, commercializza la nostra ampia gamma di prodotti Yoga, Valfrutta e Cirio.

**Conserve Italia è nato 40 anni fa dall'alleanza tra tante piccole cooperative: qual è oggi il senso del modello cooperativo?**

Per Conserve Italia è lo stesso di ieri e quello del futuro, cioè rendere i nostri 14mila soci produttori protagonisti di una filiera chiamata a dare valore aggiunto al lavoro e al prodotto degli agricoltori. L'essenza del pensare e dell'agire cooperativo resta quindi l'attenzione verso i soci e il mantenimento del socio al centro della vita dell'impresa.

**Dal 2017 prenderà finalmente corpo l'unità organizzativa del movimento cooperativo: un traguardo storico, ma anche un nuovo inizio...**

L'unificazione delle tre centrali cooperative è un'operazione estremamente innovativa nell'intero panorama nazionale della rappresentanza: nessuno ha avuto il coraggio di fare quello che sta facendo la cooperazione. È una sfida importante alla quale tutti i operatori daranno il loro contributo. Sì, sarà un nuovo inizio, ma noi resteremo fedeli allo spirito dell'agire cooperativo e non resteremo... operatori solitari. ■