



Dalla batteriosi all'etichettatura, agricoltura tra criticità e sviluppo

ANNA MARIA DE BLASIO

Viola della Coldiretti: fare impresa e premiare la qualità con sistemi di controllo

Ar fronte alla batteriosi del kiwi che ha colpito le maggiori aree di produzione nazionale: è stata l'emergenza che ha caratterizzato il settore agricolo nel 2010 in tutto il territorio pontino. Un anno delicato per quanto riguarda la produzione locale ma che ha visto una graduale ripresa del settore ortofrutticolo, evidente al Mof di Fondi dove i prezzi hanno retto bene la crisi globale. «Un risultato ottenuto - afferma il direttore di Coldiretti Latina Saverio Viola - anche grazie alle manifestazioni svolte nel corso dell'anno, come quella davanti alla Centrale del latte di Roma, che ha portato a un aumento di tre centesimi del prezzo del latte». «Il problema delle imprese pontine - continua Viola - è il non riuscire a fare reddito, spesso perché i prodotti locali vengono confusi nel mercato globale a causa della mancanza di un sistema di controllo

e di etichettatura. In questo modo i produttori che lavorano in modo trasparente vengono penalizzati. Un esempio potrebbe essere quello dei falsi carciofi di Sezze, spes-

I PRODOTTI LOCALI SPESSO CONFUSI DAI CONSUMATORI

so venduti come tali ma prodotti in Egitto a un prezzo di 30 centesimi. Fatto possibile perché non esiste un sistema di controllo in grado di verificarne la provenienza. Basti pensare al caso delle "mozzarelle blu", dove i produttori non hanno l'obbligo della etichettatura e tantomeno sono obbligati a lavorare latte ita-



liano. Danneggiando utenti e immagine del prodotto. A tal proposito le nostre stalle chiudono perché al costo di 38 centesimi a litro per latte il costo di produzione è di 42 centesimi con 5 centesimi in perdita. Per questo - aggiunge Viola - Coldiretti sta difendendo un modello di sviluppo economico basato su una

rete di imprese sul territorio, che lo conservano e lo valorizzano con la propria attività. Un modello di sviluppo dove le attività economiche sono trasparenti ed il mercato sia ispirato a valori etici, dove la sostenibilità sia diffusa lungo tutta la filiera». «Siamo per lasciare libero il mercato - ha detto il direttore Coldiretti

- ma a patto che sia possibile la scelta del consumatore attraverso la trasparenza. L'utente può scegliere così di pagare di più per un prodotto di qualità. Per quanto

DOP E IGP: PER UN NUOVO LANCIO ECONOMICO

riguarda il transgenico è l'antitesi a questo modello perché non è un prodotto tipico, ma standardizzato, con il seme in mano a poche multinazionali. In più il prodotto Ogm, con l'impollinazione fa perdere i prodotti Dop e Igp, che sono invece forti strumenti di valorizzazione del territorio che l'Europa ci riconosce».

E se Dop e Igp sono le chiavi per difendere e rilanciare il territorio tra gli obiettivi del 2011, la Coldiretti punta a chiedere che diventi operativa, attraverso regolamenti applicativi oggi assenti, la legge sull'etichettatura obbligatoria per tutti i prodotti. Altra iniziativa da sviluppare durante quest'anno sarà il lancio della vendita diretta organizzata all'interno di Market dove i fornitori sono i soci Coldiretti, con prodotti esclusivamente nazionali. Il centro sarà aperto a Roma e da Latina arriveranno i prodotti ortofrutticoli e il latte. «La provincia di Latina - conclude Viola - è fonte di risorse che, valorizzate in modo adeguato, possono diventare il volano di un nuovo sviluppo economico».