

Quarta gamma, nove strategie per uscire dal tunnel



Roberto Cavaliere
presidente Copagri Lombardia

Il comparto della quarta gamma è di cruciale importanza per l'agricoltura e l'economia nazionale e lombarda. Bergamo e Brescia da sole coprono il 35% delle aziende e il 31% della superficie dedicata a questa produzione. Oggi ci troviamo di fronte a una crisi che sta colpendo in maniera devastante il settore. Necessitiamo di interventi urgenti, che ammontano ad almeno 20 milioni di euro, da destinare direttamente alle aziende produttrici. Solo così possiamo scongiurare la chiusura di numerose attività a causa della situazione diventata insostenibile: i costi di produzione (energia, materie prime, logistica) sono aumentati, e le aziende ricevono prezzi per i loro prodotti inferiori di oltre il 30% rispetto a quanto dovrebbero. Questo divario mette a rischio l'intero tessuto produttivo lombardo. Le Organizzazioni dei produttori, purtroppo, si sono dimostrate inefficaci nell'affrontare le pressioni della grande distribuzione che, rappresentando il principale canale distributivo per i prodotti della quarta gamma, decide i prezzi indipendentemente dalle richieste degli agricoltori. È necessaria una revisione profonda del loro operato, affinché possano realmente rappresentare gli interessi dei produttori, piuttosto che subire passivamente le decisioni della gdo. Dobbiamo attivarci per sviluppare nuove strategie, che vedano il coinvolgimento diretto dei produttori:

1. Creazione di filiere corte: promuovere l'acquisto diretto dai produttori ai consumatori, riducendo gli intermediari. Ciò non solo garantirebbe prezzi più equi, ma valorizzerebbe i prodotti locali.
2. Consorzi di produttori: favorire la formazione di consorzi tra produttori per aumentare il potere contrattuale nei confronti della Grande Distribuzione. Questi consorzi possono coordinare la commercializzazione e ottimizzare le risorse.
3. Innovazione tecnologica: investire in tecnologie che migliorino la produttività e riducano i costi di produzione, come l'uso di macchinari all'avanguardia e pratiche di agricoltura sostenibile.
4. Marketing e promozione: sviluppare campagne di marketing per valorizzare i prodotti locali, sottolineando la loro qualità e sostenibilità. Utilizzare i social media e le piattaforme digitali per raggiungere un pubblico più vasto.
5. Sostegno finanziario e investimenti: creare fondi per sostenere gli investimenti delle aziende, facilitare l'accesso a finanziamenti e agevolazioni fiscali, per alleviare il peso economico.
6. Collaborazione con la gdo: stabilire alleanze strategiche per garantire prezzi equi e una maggiore visibilità ai produttori locali nei loro punti vendita, come ad esempio progetti di filiera.
7. Sviluppo di nicchie di mercato: identificare e sviluppare prodotti di nicchia che possano attrarre segmenti specifici di consumatori, come prodotti biologici, senza glutine o a km 0.
8. Certificazioni di qualità: investire in certificazioni che garantiscano la qualità e la tracciabilità dei prodotti, aumentando la fiducia dei consumatori e il loro valore sul mercato.
9. Rete di distribuzione alternativa: creare reti alternative di distribuzione, come mercati contadini e piattaforme online, per facilitare l'accesso diretto dei produttori ai consumatori.

Implementando, tutti uniti, queste strategie, possiamo fornire ai produttori gli strumenti necessari per affrontare le sfide attuali e garantire un futuro più prospero e sostenibile.