

Agroalimentare. Intervista a Francesco Senesi (Annalisa)



“La vera sfida del made in Italy? Grandi numeri, ma con la qualità”

Operativo il progetto in collaborazione con Slow Food per il recupero dei legumi tipici in tutte le regioni



Francesco Senesi

In tempi di crisi profonda l'agroalimentare resta in ogni caso uno dei riferimenti più solidi all'interno del manifatturiero meridionale. I numeri sono eloquenti, ma non sempre spiegano le ragioni del successo di aziende che da tempo navigano in sicurezza nel mare aperto dei mercati internazionali e diversificano le proprie produzioni perché consapevoli che la capacità di innovare è l'unica garanzia per rafforzarsi anche in momenti particolarmente delicati come quello attuale. Francesco Senesi (amministratore e direttore commerciale della Lodato & C. SpA di Castel San Gior-
“La capacità di innovare è l'unica garanzia in momenti di crisi”

gio in provincia di Salerno, marchio di punta “Annalisa”) si è occupato da vicino del lancio di una nuova linea di produzione basata sul recupero dei legumi locali che rischiavano di essere completamente “espulsi” dalla memoria collettiva e di non arrivare praticamente più sulle tavole dei consumatori. In collaborazione con “Slow Food” e grazie all'organizzazione di una vera e propria rete di “presidi” territoriali è stato possibile commercializzare in vetro rarità preziose come il fagiolo di Bagnasco, il fagiolo di Controne, il cece piccolo di Valdarno, la cicerchia di Serra De' Conti, la roveja di Civita di

Cascia, la lenticchia di Villalba. Insomma, uno sguardo ampio, che abbraccia l'intero panorama nazionale e partendo dal Sud rilancia una strategia che individua nella salvaguardia delle biodiversità un bacino importante per proporre anche a livello internazionale la qualità come elemento di riferimento che caratterizza il made in Italy.

“Siamo convinti – dice a salernoconomy.it Francesco Senesi – che le eccellenze del food italiano abbiano bisogno di una continua capacità di

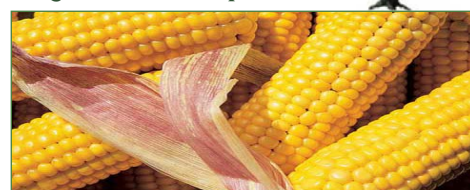
“Nel food italiano è sempre più fondamentale l'elemento della tracciabilità”

percorsi che prendono in considerazione proprio l'elemento-qualità come punto di partenza. Da qui l'attenzione massima alla ricerca di materie prime di elevatissimo standard ed alla tracciabilità. Per quanto concerne il recupero dei legumi è soltanto la conferma di una visione che privilegia la genuinità e convintamente si presta alla valorizzazione di quei prodotti che costituiscono il patrimonio sostanziale del made in Italy”.

Il servizio completo di Ernesto Pappalardo a pag.2

Inserto Speciale EcoBioNews

Ora il grande caldo “taglia” mais e pomodoro



I dati dell'osservatorio di Assofin, Crif e Prometeia

Prestiti e mutui sempre più in frenata



Annalisa-Slow Food per il recupero e la tutela delle "biodiversità"



"Il made in Italy? Qualità e grandi numeri per vincere"

Senesi: "Tessuto troppo polverizzato, ora è il momento di fare filiera"
"Contratti di rete e marketing per competere sui mercati internazionali"

In tempi di crisi profonda l'agroalimentare resta in ogni caso uno dei riferimenti più solidi all'interno del manifatturiero meridionale. I numeri sono eloquenti, ma non sempre spiegano le ragioni del successo di aziende che da tempo navigano in sicurezza nel mare aperto dei mercati internazionali e diversificano le proprie produzioni perché consapevoli che la capacità di innovare è l'unica garanzia per rafforzarsi anche in momenti particolarmente delicati come quello attuale.

Francesco Senesi (amministratore e direttore commerciale della Lodato & C. SpA di Castel San Giorgio in provincia di Salerno, marchio di punta "Annalisa") si è occupato da vicino del lancio di una nuova linea di produzione basata sul recupero dei legumi locali che rischiavano di andare completamente perduti nell'oblio collettivo. In collaborazione con "Slow Food" e grazie all'organizzazione di una vera e propria rete di "presidi" è stato possibile commercializzare in vetro rarità preziose come il fagiolo di Bagnasco, il fagiolo di Controne, il cece piccolo di Valdarno, la cicerchia di Serra De' Conti, la roveja di Civita di Cascia, la lenticchia di Villalba. Insomma, uno sguardo ampio, che abbraccia l'intero panorama nazionale e partendo dal Sud rilancia una strategia che individua nella salvaguardia delle biodiversità un bacino importante per proporre anche a livello internazio-

nale la qualità come elemento di riferimento che caratterizza il made in Italy. "Siamo convinti - dice a salernoconomy.it Francesco Senesi - che le eccellenze del food italiano abbiano bisogno di una continua capacità di rinnovamento nella tradizione. Per quanto ci riguarda con il marchio "Annalisa" fin dall'inizio abbiamo messo a fuoco percorsi che prendono in considerazione proprio l'elemento-qualità come punto di partenza. Da qui l'attenzione massima alla tracciabilità e alla ricerca di materie prime di elevatissimo standard. Per quanto concerne il recupero dei legumi è soltanto la conferma di una visione che privilegia la genuinità e convintamente si presta alla valorizzazione di quei prodotti che costituiscono il patrimonio sostanziale del made in Italy".

Ma, intanto, non mancano problemi e criticità per un settore che, sebbene stia reggendo più di altri l'urto della

crisi, ha bisogno anch'esso di dotarsi - soprattutto al Sud - di una strategia di più ampio respiro.

"La verità è - risponde Senesi - che bisogna assolutamente raccogliere la sfida di "fare filiera" (a monte e a valle degli specifici segmenti produttivi). Le leve da usare sono ben note: il marketing ("sapere vendere"); l'internazionalizzazione ("giocare su scala globale"); la finanza innovativa (non creativa, per carità), migliorando, cioè, gli accordi tra banche ed imprese sui singoli territori". Problemi e ricette chiari da tempo, per la verità, ma senza alcun seguito operativo. "Guardi - spiega ancora l'imprenditore salernitano - proprio in un momento come quello che stiamo attraversando diventa fondamentale sottolineare il concetto dell'imprenditore più che mai "artigiano" del suo successo: questa immagine può avere un valore forte nel Mezzogiorno ed in Campania

perché è proprio questa la strada più innovativa per riprendere il filo di un discorso interrotto dopo la grande occasione perduta della polverizzazione inutile delle risorse europee. Occorre, cioè, riappropriarsi della propria storia imprenditoriale facendo "sistema" e "filiera" sui territori". Da un punto di vista operativo da che cosa si potrebbe ripartire? "L'occasione a portata di mano, è certamente rappresentata dal contratto di rete, ma anche in questo caso occorre vincere personalismi e guardare alle

opportunità che una presenza aggregata e maggiormente articolata, pur giustamente tutelando i singoli marchi e le caratteristiche di ciascuna azienda, potrebbe garantire tanto sui mercati domestici, ma soprattutto su quelli internazionali. E poi restano le problematiche di base".

Quali? "Occorre un cambio di mentalità, a cominciare dalla riorganizzazione della scuola valorizzando il ruolo degli istituti tecnici nel tentativo di riacordare concretamente la domanda di figure professionali da parte delle aziende e l'offerta di prezioso capitale umano da individuare sul territorio provinciale. E' necessaria, inoltre, una maggiore collaborazione tra Università ed imprese (per fare ricerca applicata ed avviare start up): faccio riferimento soprattutto alla ricerca intesa come capacità di fornire strumenti di base ed applicazioni per i prodotti del made in Italy".

Ernesto Pappalardo



Francesco Senesi

TV OGGI
al tasto **71** del tuo telecomando
www.tvoggisalerno.it

Jag
jolly animation group
animazione ed eventi

MEDICERT

In Italia prestiti e mutui si confermano sempre più in frenata

Case e nuovi investimenti Crolla la richiesta di credito



I dati dell'Osservatorio sul Credito al Dettaglio di Assofin, Crif e Prometeia confermano il momento di forte recessione che vive il nostro Paese

Continuano a calare le erogazioni di mutui immobiliari per acquisto di abitazioni. Il contesto recessivo, con conseguenti criticità del mercato del lavoro e riduzione del credito disponibile, suggeriscono alle famiglie italiane un comportamento decisamente cauto nel richiedere credito per investire nell'acquisto di beni durevoli. E i dati emersi nella 32esima edizione dell'Osservatorio sul

Credito al Dettaglio di Assofin, Crif e Prometeia confermano la criticità del momento: la flessione delle concessioni di mutui immobiliari nel primo trimestre 2012 è stata del 47 per cento, così come sono calate dell'11 per cento, sempre nei primi tre mesi dell'anno, le erogazioni di credito al consumo, dopo il calo del 2,2 per cento registrato nel 2011. In particolare, a crollare risultano soprattutto gli altri mutui (mutui per ristrutturazione, liquidità, consolidamento del debito, surroga e sostituzione) che, dopo il -24,9% del 2011, nel primo trimestre 2012 accusano una contrazione dell'80% rispetto allo stesso periodo del 2011.

Il quadro tracciato dall'Osservatorio non sembra poter cambiare a breve, nonostante un livello di rischiosità (per mutui immobiliari e credito al consumo) pressoché stabile, come testimoniato dallo stabilizzarsi al 2,1%, a fine marzo 2012, del tasso di default del mercato del credito alle famiglie. Secondo Daniela Bastianelli (Crif), le difficoltà all'accesso al credito hanno subito un trend sempre più in crescita a partire dal 2010, con un'of-

ferta sempre più selettiva delle banche. E, nonostante l'intervento della Bce, l'atteggiamento degli istituti di credito non è, per il momento, cambiato, contribuendo a determinare previsioni non positive per il 2012, anche per gli evidenti segnali di recessione ancora fortemente presenti e l'introduzione delle regole di Basilea III. A ciò si aggiunge

l'atteggiamento delle famiglie italiane che, spesso, non richiedono l'accesso al credito per il timore di non poter adempiere ai propri impegni. Si delinea, quindi, per i prossimi anni, uno scenario caratterizzato da una domanda di credito ancora molto debole e per politiche di offerta partico-



larmente selettive, orientate al mantenimento della qualità del credito e alla necessità di conseguire il rafforzamento patrimoniale. La ricerca dell'Osservatorio stima una riduzione significativa delle consistenze di credito al consumo alle famiglie anche nel corso del 2012 (-2,7%), e, anche se minore, nel 2013 (-1,4%). Solo nel 2014 si prevede un ritorno alla crescita del credito al consumo, anche se a ritmi modesti (+1,4%). Anche per il mercato dei mutui, si intensificherà il rallentamento della crescita delle consistenze (+0,3% a fine 2012), mentre nel biennio 2013-2014 si dovrebbe assistere ad una modesta ripresa dei prestiti per acquisto di abitazioni (rispettivamente +1,3% nel 2013 e +1,5% nel 2014), in ragione di una lenta ripresa del mercato immobiliare e nonostante una domanda ancora contenuta.

Saldi estivi, è già flop? Un'indagine Coldiretti/Swg evidenzia i tagli alla spesa degli italiani

Inizio in sordina per i saldi estivi partiti nei giorni scorsi in tutta Italia. Poche le file dinanzi ai negozi per una "tradizione" che sembra aver lasciato il posto ad altre priorità suggerite dallo sfavorevole andamento economico. A testimonianza di ciò un'indagine Coldiretti/Swg ha accertato come un italiano su due (il 51%) abbia ridotto, rinunciato o rimandato l'acquisto dell'abbigliamento, il bene sul quale si sono abbattuti principalmente i tagli alla spesa delle famiglie. Ma i tagli al "superfluo" non hanno risparmiato le vacanze (per il 50% degli intervistati), il tempo libero (il 47%), gli acquisti tecnologici (34%), attività culturali (33%) ed auto e moto (30%). Gli italiani si dimostrano, invece, più restii per quanto riguarda i tagli nel settore alimentare, dove solo il 16% degli intervistati ha dichiarato di aver ridotto la spesa, e per le spese per i figli, tagliate dal 9% degli intervistati. Sull'alimentazione, in particolare, Coldiretti ha registrato una tendenza dei consumatori a cambiare abitudini d'acquisto, orientandosi verso la spesa nei discount, direttamente presso i produttori o esclusivamente verso scelte di qualità, magari quelle offerte dai prodotti biologici. Se la situazione descritta dall'indagine Coldiretti/Swg corrisponde al vero, troverebbero, quindi, conferma le negative previsioni su questi saldi estivi già espresse dal Codacons (-20%) e quelle, genericamente tutt'altro che rosee, provenienti da Confcommercio e Confesercenti. Insomma, il conto salato presentato da Imu, Iva ed aumenti delle tariffe, oltre alla effettiva scarsità di liquidità, inciderebbe in maniera consistente sulla capacità di spesa dei consumatori, facendo sentire, anche in questo periodo estivo, tutto il peso dell'attuale crisi economica.




Jeep
 E U M I
ITALIANAUTO s.r.l.
 SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302531
 NOCERA INFERIORE - Via A.De Nicola, 6/8 - Tel. 081.5170152


Concessionaria ITALIANAUTO
 SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302531
 NOCERA INFERIORE - Via A.De Nicola, 6/8 - Tel.081.5170152

La scure della crisi colpisce duramente il tenore di vita dei pensionati



Estate senza vacanze per la metà degli anziani

Sondaggio Confesercenti-Swg: il 48,4% degli "over" 64 resterà a casa
Tre su dieci hanno scelto di non partire a causa di difficoltà economiche



Alla fine il conto lo pagano in particolar modo i pensionati. La crisi colpisce duramente il tenore di vita delle classi meno abbienti e per i gli anziani si fa davvero difficile mantenere standard qualitativi accettabili. La conferma arriva puntuale da una nota del sondaggio - relativo agli over 64 - effettuato da Confesercenti-Swg sulle vacanze degli italiani. "A passare la stagione più calda fra le mura di casa - si legge in una nota della Confesercenti - sarà infatti quasi la metà degli over 64 (il 48,40%) più di 6.300.000 persone. Quasi tre su dieci (il 27,80%) quest'anno hanno scelto di non partire a causa della crisi economica; a questi si aggiunge quel 20,60% della popolazione over 64 che non è solita andare in vacanza d'estate. Anche chi parte non scialerà: il 13,60% degli over 64 andrà in vacanza, sì, ma per meno giorni del solito, mentre il 12,20% si godrà le ferie cercando di spendere meno". Chiaro il quadro delle cause che hanno portato a questo tipo di scelta. "Le motivazioni che spingono gli over 64 a non andare in vacanza - si legge ancora nella nota della Confesercenti - sono soprattutto economiche: il 27,20% salterà le ferie perché costano troppo. E comunque, anche tra chi riuscirà a sfuggire per qualche giorno al caldo delle città, la preoccupazione economica rimane un elemento determinante: più della metà (il 52,10%) individua infatti nel reddito disponibile uno dei fattori di influenza principale sulla scelta (o la non scelta) delle vacanze. Il 28,70% adduce tra le moti-

vazioni anche la preoccupazione per la situazione economica, mentre il 21,20% degli anziani accusa il colpo della pressione fiscale. Anche in questo caso, ci troviamo di fronte a un dato ben superiore a quello nazionale, che si attesta a 14,70%. Secondo i dati originali di Confesercenti "il pensionato "medio" (con poco più di 11.300 euro lordi nel 2011, ossia 762 euro netti al mese) subirà nel 2012 una riduzione di potere d'acquisto pari a circa 410 euro. Un taglio che, sommato a quelli subiti fra il 2008 e il 2011 (554 euro), porta a quasi il 9% la caduta della pensione reale netta in un quinquennio. E il fenomeno, in assenza d'interventi, crescerà in maniera esponenziale nei prossimi anni, per toccare il 12% nel 2014". "Un aumento strisciante del prelievo centrale (Irpef) causato dal fisco drag - spiega Confesercenti - ossia quel maggior prelievo prodotto dalla combinazione fra inflazione (in decisa ripresa) e progressività dell'imposta". Nonostante la disponibilità di tempo mediamente superiore a quella delle altre fasce di età, "le persone con più di 64 anni che andranno in vacanza opteranno per ferie abbastanza brevi: quasi 7 su 10 (il 67,3%) soggiognerà fuori per

un periodo di tempo uguale o inferiore ai 14 giorni. Il 6% addirittura per soli 2 o 3 giorni, contro una media nazionale del 4,4%. La maggiore disponibilità di tempo si fa sentire sulla scelta del mese di vacanza, permettendo agli over 64 di partire nei periodi meno costosi: il 26% è andato in vacanza a maggio/giugno, contro il 14,6% del totale di tutte le fasce d'età, e il 27,4% aspetterà settembre: quasi dieci punti percentuali in più rispetto alla media nazionale (18,6%)". Ma cosa cercano gli over 64 in vacanza? "Riposo, soprattutto: risposta indicata dal 59% degli intervistati. Presente, però, anche la voglia di fare attività fisica: il 71% esplorerà i luoghi di ferie con lunghe passeggiate (contro il 55,8% del totale di tutte le fasce d'età), mentre il 21,4% sceglie come sport estivo il nuoto. L'importante, però, è che si possa godere della presenza dei propri cari: il 50,7% conta di trascorrere le ferie con la propria famiglia, mentre il 45,5% con il proprio partner". Per gli over 64, "le vacanze in albergo sono ancora le più appetibili: realizzano infatti il 44,6% delle preferenze, seguite a lunga distanza dalle seconde case (22,4%) e da quelle in affitto (14,5%). Chi sceglie le comodità e i servizi offerti dagli Hotel, però, terrà d'occhio il conto: nessuno degli intervistati oserà accomodarsi in un albergo a 5 stelle o di lusso, contro il seppur striminzito 1,7% nazionale. Il 33,1% dei più in là con gli anni sceglie invece la prima categoria, mentre il 48,9% alloggerà in strutture che di stelle ne hanno 3. Da segnalare il 4% di anziani che pernorrà in al-

**Nel 2012
il pensionato
medio subirà
una riduzione
di potere d'acquisto
pari a 410 euro**

berghi a una sola stella: una percentuale più che doppia rispetto a quella totale degli italiani (1,4%)". La grande maggioranza dei più anziani passerà le vacanze in Italia, "come indicato dal 69,70% degli intervistati". "Di questi, il 26,7% resterà nella propria regione di appartenenza. Ma anche chi si spingerà un po' oltre rimarrà a portata di mano: il 36,6% si terrà entro 150 chilometri da casa, contro il 25,2% della media totale degli italiani. La meta più ambita rimane il mare, che prende le preferenze del

72,1% degli intervistati, un dato in linea con il 72,5% della media nazionale. Seguono, a distanza, i fautori della vacanza in montagna (20,50%)".

(Fonte: confesercenti.it/09.07.2012)



Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Siccità e anticicloni "africani" penalizzano molto gravemente i raccolti

Il grande caldo "taglia" mais e pomodoro

Coldiretti: "Afa e scarse precipitazioni (-71%) si sono fatte sentire"

Il caldo "anomalo" del mese di giugno ha provocato non pochi problemi all'agricoltura in tutte le zone del Paese ed in particolare al Sud dove la produzione di pomodoro ha accusato un calo del 25 per cento, pur mantenendo un livello qualitativo buono. La conferma arriva da un'analisi della Coldiretti che ha testato le reazioni all'ondata di temperature al di sopra della media che si è registrata a giugno ed in parte nei primi dieci giorni di luglio. Difficoltà, quindi, per agricoltori ed allevatori in un periodo dell'anno nel quale si stanno verificando due condizioni considerate particolarmente avverse: temperature molto alte e carenza di precipitazioni, proprio nel momento "critico" per produzioni estremamente "bionose" di condizioni meteorologiche più favorevoli. Aziende, quindi, alle prese con un'ulteriore prova difficile dopo le rigidità di un inverno che già aveva procurato non pochi danni.

"Il grande caldo accompagnato dalla siccità - si legge appunto in una nota della Coldiretti - rischia di compromettere i raccolti con cali delle produzioni che potrebbero essere ridotte di almeno il 20 per cento per il granoturco nel Nord-Est e del 25 per cento per il pomodoro al Sud, anche se la qualità resta buona". E' quanto emerge da un'analisi realizzata in occasione dell'arrivo dell'anticiclone "Minosse" nel fare il bilancio sugli effetti delle temperature bollenti, con il mese di giugno che si è classificato al terzo posto tra i più

caldi e al quarto posto tra i più "siccitosi" degli ultimi duecento anni secondo Isac-Cnr. "L'afa e gli effetti del calo del 71 per cento delle precipitazioni rispetto alla media di giugno - si legge ancora nella nota della Coldiretti - si sono fatti sentire sulla na-

ai maiali che stanno consumando fino al 40 per cento in meno della consueta razione giornaliera di 3,5 chili di mangime. La situazione è aggravata dall'umidità che, come per le persone, aumenta la sensazione di caldo". Stress da alte temperature,

quindi, anche per le mucche che "producono fino al 10 per cento di latte in meno rispetto ai periodi normali". "La situazione - specifica Coldiretti - è preoccupante soprattutto nelle aree della Pianura Padana dove si concentra il maggior numero di allevamenti e dove l'umidità soffocante aumenta la temperatura percepita che sfiora i 40 gradi". Per le mucche "il clima ideale è fra i 22 e i 24 gradi, oltre questo limite gli animali mangiano poco, bevono molto e producono meno latte". In soccorso nelle stalle sono già scattate le contromisure: per le mucche sono par-

titi ventilatori e "doccette", mentre per i maiali

sono stati accesi i condizionatori per evitare che le temperature sfondino la soglia dei 28 gradi oltre la quale gli animali cominciano a soffrire. "Al calo delle produzioni di

latte si aggiunge dunque anche - conclude la Coldiretti - un aumento dei costi alla stalla per i maggiori consumi di acqua ed energia che gli allevatori devono sostenere per aiutare gli animali a resistere all'assedio del caldo".

(Fonte: coldiretti.it / 07.07.2012; coldiretti.it / 30.06.2012)

**Possibile calo
della produzione
di granoturco
pari al 20%**

**Sopra i 30 gradi
le piante
di pomodoro
vanno in "stress"**

