

## L'intervista. Le occasioni perdute delle "eccellenze" territoriali

# D'Antonio: "Poco gioco di squadra e l'agroindustria resta sempre indietro"

**"Peccato non capitalizzare il made in Salerno"  
"Nessun coordinamento, tutti in ordine sparso"**

"La verità è che fino a questo momento non esiste nemmeno l'idea di un coordinamento effettivo delle politiche di valorizzazione della filiera agricola ed alimentare a livello provinciale. In tanti si affannano a richiamare l'attenzione sulle potenzialità di questo settore fondamentale per le sorti del nostro territorio, ma a livello di iniziative istituzionali e categoriali - le uniche sedi dove è possibile prendere decisioni effettivamente operative - continuano a prevalere logiche riduttive, in alcuni casi francamente desolanti. Eppure, con questa crisi così grave, che colpisce le parti più deboli della filiera - i piccoli e piccolissimi produttori che sono la stragrande maggioranza - sarebbe il caso di decidere una volta e per tutte di lavorare insieme per cogliere i risultati che sono alla portata del made in Salerno". Giuliano D'Antonio, responsabile di Icea Campania (Istituto per la Certificazione Etica ed Ambientale) e componente del consiglio nazionale dell'Ordine degli Agronomi, è convinto che si sia perso tempo prezioso e che "almeno fino ad oggi - dice a salernoconomy.it - non si muova niente di concreto". "Dispiace con-



Giuliano D'Antonio

statare - continua D'Antonio - che si insista nel parlare di un comparto sottovalutato, addirittura snobbato, senza che, però, si proceda a mettere in campo almeno qualche esperimento o tentativo per testimoniare la volontà di uscire da una fase di estrema frammentazione dell'offerta sui mercati e, soprattutto, di mancate sinergie tra quei poli produttivi virtuosi che non sono pochi nella nostra provincia e nell'intera Campania". D'Antonio dall'osservatorio dell'Icea - che è uno dei principali organismi di certificazione a livello nazionale ed europeo, con oltre 13mila aziende controllate, trecento tecnici, venti strutture territoriali in Italia e dieci uffici distaccati all'estero (per statuto si pone l'obiettivo di "favorire uno sviluppo equo e socialmente sostenibile che dall'agricoltura biologica si estende agli altri settori del bioecologico") - delinea, quindi, uno scenario nel quale prevalgono "difetti tipici della nostra realtà locale - sottolinea - che si estendono, purtroppo, ben al di là dell'agricoltura e dell'agroindustria".

**L'intervista completa  
di Ernesto Pappalardo a pag.2**

## IL WORKSHOP

### Il 14 settembre operatori a confronto sull'ICT nel settore primario

Le problematiche legate alla valorizzazione delle produzioni agricole saranno al centro dell'attenzione nel corso del workshop in programma venerdì 14 settembre presso l'azienda agricola "Consalvo" (Pontecagnano). Tema degli approfondimenti: "Sicurezza, tracciabilità, filiere lunghe. Business intelligente per l'agricoltura di qualità". Nel corso dell'iniziativa saranno approfonditi gli aspetti legati all'introduzione delle nuove tecnologie nei processi di monitoraggio della filiera produttiva del settore primario attraverso l'illustrazione di modelli e procedure già operative in aziende particolarmente attente sotto il profilo dell'utilizzo di strumenti innovativi. Tra gli interventi in programma quelli di Giandomenico Consalvo (componente della giunta nazionale di Confagricoltura), Giuliano D'Antonio (Icea Campania), Rosario Ferrara (direttore Apoc Salerno), Antonio Sessa (B.I. Strategy, premier partner IBM), Imma Migliaccio (Abim). "L'applicazione delle nuove tecnologie al comparto agricolo rappresenta una delle sfide fondamentali - spiega a salernoconomy.it Giandomenico Consalvo, che ospita l'evento - per alzare la soglia della competitività delle nostre aziende. Ma il workshop sarà utile anche per fare il punto della situazione su tematiche di estrema rilevanza come la sicurezza alimentare e, naturalmente, la tracciabilità delle produzioni. L'obiettivo finale resta quello di valorizzare nel migliore dei modi la qualità che esprime il comparto agricolo in provincia di Salerno e nell'intero Mezzogiorno. L'auspicio - conclude Consalvo - è di contribuire alla promozione effettiva di filiere lunghe, che di fatto hanno un riflesso positivo su tutti gli attori del settore primario". Per Antonio Sessa (che da anni sperimenta applicazioni tecnologiche avanzate per l'ottimizzazione dei processi aziendali) "è di particolare interesse confrontare quali soluzioni sono proponibili per le varie tipologie d'impresa che operano nell'agroindustria". "D'altro canto - conclude - oggi il controllo in just in time di quanto accade in azienda è sempre più fondamentale per essere realmente competitivi".

Giandomenico Consalvo



## Altroconsumo. Risparmio potenziale annuo fino a € 3.500

A Salerno il carrello della spesa quotidiana "vale" 6.407 euro

servizio a pagina 3



## Federconsumatori. I pacchetti "tutto compreso" spingono i contenziosi

I reclami degli utenti? Aumentano se ci sono eventi eccezionali

servizio a pagina 4



L'analisi di Giuliano D'Antonio (Icea) sulle criticità del settore primario



## “Poco gioco di squadra, così l'agroindustria resta indietro”

*“Peccato non capitalizzare al meglio le potenzialità del made in Salerno”  
“Nessun coordinamento, in ordine sparso si indebolisce la competitività”*

“La verità è che fino a questo momento non esiste nemmeno l'idea di un coordinamento effettivo delle politiche di valorizzazione della filiera agricola ed alimentare a livello provinciale. In tanti si affannano a richiamare l'attenzione sulle potenzialità di questo settore fondamentale per le sorti del nostro territorio, ma a livello di iniziative istituzionali e categoriali – le uniche sedi dove è possibile prendere decisioni effettivamente operative – continuano a prevalere logiche riduttive, in alcuni casi francamente desolanti. Eppure, con questa crisi così grave, che colpisce le parti più deboli della filiera - i piccoli e piccolissimi produttori che sono la stragrande maggioranza - sarebbe il caso di decidere una volta e per tutte di lavorare insieme per cogliere i risultati che sono alla portata del made in Salerno”.

Giuliano D'Antonio, responsabile di Icea Campania (Istituto per la Certificazione Etica ed Ambientale) e componente del consiglio nazionale dell'Ordine degli Agronomi, è convinto che si sia perso tempo prezioso e che “almeno fino ad oggi – dice a salernoconomy.it – non si muova niente di concreto”. “Dispiace constatare – continua D'Antonio – come si insista nel parlare di un comparto sottovalutato, addirittura snobbato, senza che, però, si proceda a mettere in campo almeno qualche esperimento o tentativo per testimoniare la volontà di uscire da una fase di estrema frammentazione dell'offerta sui mercati e, soprattutto, di mancate sinergie tra quei poli produttivi virtuosi che non sono pochi nella nostra provincia e nell'intera Campania”. D'Antonio dall'osservatorio dell'Icea



- che è uno dei principali organismi di certificazione a livello nazionale ed europeo, con oltre 13mila aziende controllate, trecento tecnici, venti strutture territoriali in Italia e dieci uffici distaccati all'estero (per statuto si pone l'obiettivo di “favorire uno sviluppo equo e socialmente sostenibile che dall'agricoltura biologica si estende agli altri settori del bioecologico”) – delinea, quindi, uno scenario nel quale prevalgono “difetti tipici della nostra realtà locale – sottolineo – che si estendono, purtroppo, ben al di là dell'agricoltura e dell'agroindustria”.

Su quali punti critici dovrebbe concentrarsi un ipotetico organismo di coordinamento pubblico-privato in provincia di Salerno? “In tutti questi mesi – spiega D'Antonio – è emerso con chiarezza che nella nostra regione è del tutto assente una politica industriale chiara, basata su una precisa strategia. Il crollo dei consumi interni ha indubbiamente colpito in maniera pesante tutte le componenti che si ritrovano lungo il percorso che dalla

terra conduce alla tavola del consumatore. Ebbene, nessuno ha lavorato in maniera organica per creare una “rete” strutturata capace di favorire l'acquisizione di nuovi spazi di mercato che sono a portata di mano. Per esempio: nell'ambito del biologico da quanto tempo si parla di favorire l'ingresso di queste produzioni nelle mense scolastiche ed ospedaliere? Per restare nella stessa tipologia di interventi che potrebbero essere attuati senza sforzi particolari: perché non si prova ad avviare un programma funzionale alla promozione delle tipicità locali nei circuiti della ristorazione, soprattutto nell'ambito di una riqualificazione dell'offerta turistica? Non si tratterebbe di azioni intelligenti di marketing territoriale?”.

Ma le questioni di più ampia portata per D'Antonio risiedono nella mancata pianificazione dei processi di aggregazione dell'offerta nel momento della commercializzazione. “Sono pochi – rimarca – i soggetti operativi che sono riusciti a capitalizzare il valore della qualità delle produzioni nel

momento della contrattazione con i grandi canali della distribuzione. Se vogliamo parlare del “made in Salerno” o di un marchio “Salerno” bisogna creare le condizioni preliminari per individuare il percorso di collaborazione tra tutte le componenti della filiera che dovrà poi sfociare nella condivisione di azioni di marketing e di promozione. I contratti di rete da questo punto di vista offrono grandi opportunità, ma non si rintracciano segnali e fermenti dinamici da questo punto di vista. Prevalde sempre uno sconsiderato fai da te”. Che fare? “Come Icea siamo in campo da tempo nella valorizzazione dei processi di crescita virtuosa non solo delle singole aziende, ma di veri e propri “cluster” produttivi di qualità. Il problema è che manca una visione strategica complessiva da parte di tutti quei soggetti che possono realmente incidere nelle politiche di sviluppo del territorio. La mia personale valutazione è che senza una ripartenza dal basso, mettendo insieme l'associazionismo e soprattutto la Camera di Commercio – che rimane il riferimento principale per queste azioni di sistema almeno a livello provinciale, per poi approdare con qualche possibilità di successo sui tavoli regionali e ministeriali - non si andrà da nessuna parte. Come sempre non bisogna attendere processi salvifici esogeni, occorre darsi da fare in piena autonomia territoriale. Ma è lecito essere scettici. Superfluo aggiungere che dal versante della politica e delle istituzioni fino a questo momento, a parte lodevoli e singole eccezioni, non si è assolutamente mosso niente di significativo”.

Ernesto Pappalardo

**TV OGGI**  
al tasto **71** del tuo telecomando  
[www.tvoggisalerno.it](http://www.tvoggisalerno.it)

**ÒPERA**  
design & comunicazione strategica

**LUNCH MUSIC**  
Ristorante  
Disco-Bar  
SALERNO - Via Noce - Tel. 089.302939  
[www.lunchmusic.it](http://www.lunchmusic.it) . [info@lunchmusic.it](mailto:info@lunchmusic.it)

**Altroconsumo.** Per la spesa il risparmio potenziale annuo può arrivare fino a € 3.500

# A Salerno il carrello della spesa "vale" 6.407 euro



La scelta mirata del supermercato più conveniente può fruttare un taglio dei costi di oltre € 300  
Il dato è sostanzialmente in linea con Napoli, ma più favorevole rispetto ad Avellino e Caserta

La spesa media di una famiglia al supermercato è di 6.372 euro all'anno (dato Istat), circa il 20% dell'intero budget familiare medio. Ma fino a quanto è possibile risparmiare annualmente sui prodotti del carrello della spesa?

Una risposta ha provato a darla Altroconsumo con una approfondita inchiesta, realizzata tra aprile e maggio 2012, che ha analizzato le dinamiche concorrenziali attive in 950 punti vendita (162 ipermercati, 603 supermercati, 185 hard discount) distribuiti, uniformemente su tutto il territorio nazionale, in 61 città italiane.

Sono stati presi in considerazione i costi di alcuni carrelli-tipo attraverso il monitoraggio dei prezzi di 531 prodotti di marca di 104 tipologie diverse (in ipermercati e supermercati), l'analisi dei prezzi delle versioni più economiche (prodotti non di marca) degli stessi prodotti (in ipermercati, supermercati e hard discount) ed i corrispettivi prodotti a marchio commerciale proposti dalle singole catene (in ipermercati e supermercati), per un totale complessivo che ha esteso l'analisi a circa 900.000 prezzi.

Per ogni panierino è stato calcolato il prezzo medio di ciascun prodotto e, per ciascun prezzo rilevato, quanto fosse conveniente o meno rispetto alla media. Inoltre, nell'elaborazione dei prezzi, si è tenuto conto della frequenza di acquisto dei prodotti a seconda della tipologia.

Venendo ai risultati dell'inchiesta, per quanto riguarda la città di Salerno, la cui spesa familiare media annuale ha un costo pari a 6.407 euro (elaborazione dati Istat), il risparmio massimo

annuo calcolato riferendosi al punto vendita più a buon mercato presente in città è stimato in 307 euro, dato che, riferendosi alle altre città campane, è in linea col risparmio possibile nella città di Napoli (309 euro annui), dove, però, il costo medio annuale della spesa è leggermente inferiore (6.358 euro), e migliore (a sostanziale parità di costo spesa annuo) di Caserta ed Avellino (risparmio annuo possibile rispettivamente pari a 236 e 271 euro).

Da considerare, in aggiunta, gli ulteriori risparmi ottenibili acquistando prodotti di marca in offerta (in media vicini al 24%, ma applicabili solo al 6,7% dei prodotti del panierino), i prodotti a marchio commerciale (risparmio del 38%), i prodotti economici e non di marca (risparmio del 55%), i prodotti offerti dall'hard discount (risparmio intorno al 61%).

Insomma, una possibilità per i consumatori di arrivare ad un taglio della spesa in media pari a 3.500 euro annui, soprattutto in quelle città dove la concorrenza tra insegne è più vivace.

E' il caso di Firenze che, dall'indagine di Altroconsumo, capeggia la classifica nazionale del risparmio possibile (stima media di base pari a 1.522 euro annui), seguita da Arezzo (1.468 euro annui) e Terni (1.175 euro annui). In generale, comunque, risultano maggiori le possibilità di risparmio in alcune regioni del Centro-Nord (Toscana, Umbria, Emilia Romagna e Veneto), mentre il carrello della spesa costa di più della media in Trentino Alto Adige, Val d'Aosta, in molte regioni centro-meridionali e nelle isole.

Mario Gallo

## Cgia Mestre. Dati 2002-2012

# Inflazione, in dieci anni l'euro ha "colpito" soprattutto il Sud

E' il Sud ad aver subito la maggiore crescita dell'inflazione negli ultimi dieci anni. A confermarlo i dati statistici elaborati dall'Ufficio Studi della Cgia di Mestre che, considerando il periodo compreso tra il 2002 (anno dell'introduzione dell'euro) e luglio 2012, ha rilevato aumenti dei prezzi superiori all'inflazione del periodo analizzato (pari al 24,9%) soprattutto nelle regioni meridionali. In particolare è la Calabria a registrare l'incremento più elevato (+31,6%), seguita dalla Campania (+28,9%), dalla Sicilia (+27,6%) e dalla Basilicata (26,9%). Meno corposo, invece, il dato relativo a Lombardia (+23%), Toscana (+22,4%), Veneto (+22,3%) e Molise, in coda alla graduatoria nazionale relativa agli incrementi dell'inflazione negli ultimi dieci anni (+21,7%). Bisogna considerare, però, che "la maggior crescita dell'inflazione avvenuta nel Sud - ha sottolineato Giuseppe Bortolussi, Segretario della Cgia di Mestre - si spiega con il fatto che la base di partenza dei prezzi nel 2002 era molto più bassa rispetto a quella registrata nel resto d'Italia". Analizzando le principali tipologie di prodotto, sono stati i prezzi delle bevande alcoliche e dei tabacchi a subire i maggiori aumenti (+63,7%), seguiti dai costi relativi alle manutenzioni/ristrutturazioni edilizie, gli affitti, i combustibili e le bollette di luce, acqua e gas e asporto rifiuti (+45,8%), oltre che dei trasporti (treni, bus, metro +40,9%). La Campania, in particolare, si segnala, a livello nazionale, per gli aumenti registrati nei prezzi dei prodotti alimentari e bevande analcoliche (+34,6% rispetto ad una media nazionale di +24,1%), delle bevande alcoliche e tabacchi (+71,9% rispetto al +63,7% nazionale) e dell'abbigliamento e calzature (+35% rispetto al +19,2 nazionale). Sempre per i campani, invece, risulta il più contenuto sul territorio nazionale l'aumento registrato relativamente ai costi inerenti abitazione, acqua, elettricità e combustibili (+37,5% rispetto al +45,8% della media nazionale).

(m.g.)



**Jeep**
  
**EUMI**
  
**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

Federconsumatori. I pacchetti "tutto compreso" spingono i contenziosi

# I reclami degli utenti? Aumentano solo se ci sono eventi eccezionali

Richieste prevalentemente dettate dalla volontà di non pagare penali in caso di rinuncia al viaggio o di annullamento delle prenotazioni

Tra le diverse criticità della stagione estiva che si avvia alla conclusione si segnalano i contenziosi tra vacanzieri e "filiera" dell'accoglienza e dei servizi ad essa collegati.

In una nota per la stampa Federconsumatori evidenzia che "nei primi otto mesi del 2012 si è registrato un tracollo delle presenze (nella stagione estiva appena il 34% degli italiani è andato in vacanza) e una parallela impennata dei reclami nel settore turistico". L'associazione Federconsumatori e lo sportello nazionale "S.O.S. Turista" hanno ricevuto, dall'inizio dell'anno ad oggi, richieste di aiuto da parte di 6.500 cittadini.

"Nei primi sette mesi, a creare maggiori problemi - spiega Federconsumatori - sono stati i "pacchetti tutto compreso" (43% dei casi) non tanto per la qualità del servizio quanto per eventi eccezionali o calamità di fronte alle quali il cittadino chiede di poter rinunciare al viaggio acquistato senza pagamento di penale".

"Si pensi, ad esempio, al naufragio della Costa Concordia - si legge ancora nella nota - che, oltre a danneggiare i passeggeri direttamente coinvolti, ha indotto molti altri turisti ad annullare crociere già programmate".

L'11% dei reclami riguarda alberghi, agenzie di viaggio, campeggi e appartamenti in affitto mentre il 10% del totale "è relativo a transazioni online per l'acquisto di servizi (queste ultime sono in forte aumento rispetto agli anni precedenti: ormai quasi una prenotazione su 2 viene effettuata online)".

Il restante 34% riguarda i trasporti, in particolare i vettori aerei. "Nel mese di agosto, inoltre, lo Sportello è stato letteralmente travolto dalle telefonate di circa 2.500 persone in seguito al noto caso Windjet".

(Fonte: federconsumatori.it/comunicato del 31.08.2012)

## Fiba-Confesercenti

# Al mare solo nello scorso mese di agosto Consumi sotto l'ombrellone in calo del 20%

La crisi economica ha reso più contratte le tradizionali ferie estive. La gente è andata al mare "con meno frequenza e prestando maggiore attenzione alla spesa". E' quanto emerge dai risultati di un sondaggio consultivo condotto da Fiba-Confesercenti, l'associazione di categoria che riunisce gli imprenditori balneari, sulla stagione estiva 2012. "Il calo delle presenze - segnalano gli stabilimenti - ha colpito praticamente tutte le spiagge a pagamento d'Italia, che hanno visto diminuire dal 5% al 15% la propria clientela. La riduzione delle presenze si è accompagnata a una consistente (-20%) flessione dei consumi all'interno degli stabilimenti. Quest'anno, insomma, gli italiani sono andati in spiaggia facendo più attenzione al portafoglio, e hanno risparmiato su ombrelloni, sdraio, cibi e bevande". "I cattivi risultati, però, non sono da addebitare solamente alla crisi. L'inizio della stagione - spiegano gli imprenditori - è stato rallentato dai weekend nuvolosi di maggio e giugno. Il cattivo avvio dell'estate è stato in parte recuperato a luglio e, soprattutto, ad agosto, quando il gran caldo ha riportato gli italiani sulla spiaggia". "Il bilancio, però, resta negativo: quest'estate sono diminuiti non solo i clienti totali ma, inaspettatamente, anche i bagnanti giornalieri, cioè quelli che affittano l'ombrellone per un solo giorno, fra il lunedì e il venerdì.

(Fonte: confesercenti.it / comunicato del 31.08. 2012)

## L'EVENTO

**BUSINESS INTELLIGENTE PER L'AGRICOLTURA DI QUALITÀ**  
Sicurezza, tracciabilità e monitoraggio delle filiere lunghe

14 settembre 2012 - ore 16.30  
Azienda Agricola Giandomenico Consalvo  
Via Lago Lucrino n. 3, Pontecagnano Faiano, SALERNO

Intervengono al workshop

**Giandomenico Consalvo**  
Componente Giunta Nazionale  
CONFAGRICOLTURA

**Giuliano D'Antonio**  
Resp. ICEA Campania

**Rosario Ferrara**  
Direttore APOC Salerno  
(Organizzazione di Produttori)

**Antonio Sessa**  
B.I. Strategy - Premier Partner IBM

**Imma Migliaccio**  
Amm.re ABIM

**Francesco Senesi**  
Amm.Lodato & C. S.p.A.

**MODERA Ernesto Pappalardo**  
Direttore blog SALERNOECONOMY.IT



# EcoBioNews



Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

## Coldiretti. Rincari del 50 per cento per i mangimi destinati agli animali Latte e carne, costi di produzione alle stelle

Quotazioni record: da gennaio ad agosto mais su di oltre il 40 per cento  
La farina di soia registra quasi un più 70%: allevatori in grave difficoltà



La Coldiretti lancia l'allarme sul rincaro dei mangimi per l'allevamento degli animali destinati alla produzione di latte e carne. "Le componenti fondamentali della dieta degli animali - sottolinea la Coldiretti in una nota stampa - hanno raggiunto valori da massimo storico nelle quotazioni da gennaio ad agosto con il mais che è aumentato di oltre il 40 per cento e la farina di soia di quasi il 70 per cento: considerato che circa il 75 per cento della razione giornaliera di una mucca è composto proprio da soia e mais l'impatto di questi aumenti è insostenibile, se si tiene conto che il prezzo del latte e derivati riconosciuto agli allevatori si è ridotto del 9 per cento rispetto allo scorso anno, secondo l'Ismea". "Occorre - precisa ancora la Coldiretti - una netta ed immediata inversione di tendenza per non mettere a rischio l'allevamento italiano e con esso, oltre alla produzione di latte e carne, anche l'intero patrimonio di formaggi e salumi "made in Italy", che rappresenta una voce determinante per le esportazioni". Per la Coldiretti "l'andamento di mercato delle materie prime agricole congiuntamente alla situazione di crisi e al calo dei consumi deve orientare la filiera verso uno sforzo di razionalizzazione teso a ridurre passaggi ed inefficienze". A spingere le quotazioni verso l'alto, con il mais che ha superato di molto gli 8 dollari e la soia che è ben sopra i 17 dollari al Chicago Board of Trade - secondo la Coldiretti - "è stato il ridimensionamento dei raccolti mondiali del

mais a 853 milioni di tonnellate a causa del crollo per la siccità nelle campagne che hanno colpito gli Stati Uniti, i Balcani e il Mar Nero, ma anche l'Europa degli ultimi dati della Commissione Europea". L'aumento dei prezzi è, quindi, giustificato sul piano congiunturale dal clima, "ma in realtà a pesare sono anche i cambiamenti strutturali come ha evidenziato - specifica la Coldiretti - l'ultimo rapporto Ocse-Fao secondo il quale la produzione agricola deve crescere del 60 per cento nei prossimi 40 anni per fare fronte all'aumento della domanda della maggiore popolazione mondiale, alla richiesta di biocarburanti e alla crescita dei redditi in Paesi come la Cina che spinge al maggiore consumo di carne e, quindi, di mangime per gli allevamenti". In questo scenario complessivo per la Coldiretti l'Italia è chiamata a difendere e valorizzare "il proprio patrimonio agricolo e la propria disponibilità di terra fertile in una situazione in cui già adesso circa la metà dei prodotti alimentari sono importati". Il 46 per cento della popolazione è infatti preoccupato che la produzione di cibo non sia sufficiente a soddisfare il fabbisogno anche per effetto del calo delle terre coltivate" (secondo una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Eurobarometro del luglio 2012).

(Fonte: coldiretti.it del 02.09.2012)

## Agricoltura sostenibile Tenuta Dello Scompiglio (Lucca) Quando l'orto è biodinamico

"Agricoltura e trasformazione nel contesto della biodinamica": questo il titolo del seminario che si svolgerà presso la Tenuta Dello Scompiglio (Lucca), mercoledì 12 settembre a partire dalle ore 15. Un pomeriggio aperto con operatori ed esperti di settore nel quale si parlerà di Agricoltura Sostenibile, della Vinificazione senza uso di solfiti e dell'esperienza dell'Orto Dello

Scompiglio, che dal 2007 produce verdure biodinamiche e, dal 2009, propone al vicinato un rapporto diretto fra consumatore e produttore attraverso il programma "Ceste dell'Orto biodinamico". Il seminario si inserisce nel più generale "Progetto Dello Scompiglio". L'Orto biodinamico Dello Scompiglio nasce con l'intento di selezionare varietà locali che altrimenti andrebbero perse - lo Stortino di Lucca, il Fagiolo rampicante stringa, il Cardone gobbo di Lucca, il Cavolo nero lanciato, la Cipolla rossa di Lucca - e proporre alimenti sani e nutrienti, coltivati secondo cicli di produzione in sintonia con la natura. Ogni anno, nei campi, alle lavorazioni tradizionali si aggiungono preparati biodinamici a base di erbe e minerali che rivitalizzano il terreno. L'Orto è coltivato senza il ricorso a tecniche aggressive e prodotti fitosanitari (tranne il rame minerale e lo zolfo di miniera) poiché le piante selezionate localmente, se cresciute in maniera sana, sono autosufficienti dal punto di vista nutrizionale e capaci di resistere alle principali avversità parassitarie e meteorologiche. Partendo da queste basi dal 2009 la Tenuta promuove la vendita diretta dei cesti di verdura biologica dell'Orto Dello Scompiglio offrendo ogni settimana ortaggi freschi di stagione, controllati e sicuri. Oltre alla produzione orticola, l'Azienda Agricola Dello Scompiglio produce vino a partire da vitigni autoctoni (Sangiovese, Canaiolo, Colorino), coltivati secondo il metodo biologico e biodinamico, con un'attenzione particolare per la naturalità dei processi di vinificazione.

