

che ci dicono in mutamento; qual è allora uno sviluppo sostenibile? Che relazioni esistono con la necessità di competere per il nostro Paese? E che sfide aspettano l'Italia nei prossimi anni? Quanti temi tutti affascinanti; dal sito www.meetingrimini.org possiamo ricavarne altrettanti consultando il

programma ufficiale.

Si affolla una grande quantità di incontri e di persone, il tempo passa e quasi non ci rendiamo conto che la settimana del Meeting sta per finire... quando troveremo il tempo per visitare gli altri padiglioni? □



Didascalìa immagini
hdshvgoiòhaerhvjvjàvjvj
havduhcawèòohbvun<afòò
hdshvgoiòhaerhvjvjàvjvj
havduhcawèòohbvun<afòò
hdshvgoiòhaerhvjvjàvjvj
havduhcawèòohbvun<afòò
hdshvgoiòhaerhvjvjàvjvj
havduhcawèòohbvun<afòò

Cdo Agroalimentare

Al Meeting 2007, l'onore di fare impresa nell'agroalimentare italiano

"L'onore di fare impresa nell'agroalimentare". Il nome dello stand e il titolo delle iniziative tracciano gli obiettivi della presenza al Meeting di Rimini di Cdo Agroalimentare, associazione verticale di Compagnia delle Opere che raccoglie oltre quattromila soci. La riproduzione di una cascina, animata ogni giorno da una realtà aziendale diversa, per avvicinare il pubblico ad aziende giovani, innovative e che investono in capitale umano. Sono sei, quindi, le aziende presenti allo stand dal 19 al 25 agosto: Amalattea spa, realtà sardo-romana leader nel settore lattiero caprino; la Novamont di Novara, specializzata in prodotti biodegradabili e combustibili di derivazione vegetale; la Pizzoli spa, di Budrio (Bologna), specializzata nella produzione di patate e derivati; la Latteria Agricola San Pietro e la Latteria Sant'Angelo di Mantova, per quanto riguarda la produzione di grana; la Lineaverde di Manerbio (Brescia), per la produzione di insalata in busta; la Farchioni di Giano dell'Umbria (Perugia), per la produzione di olio d'oliva. Oltre a queste, sarà presente anche il Consorzio Clementina di Calabria Igp. Inoltre, il 25 agosto alle 19 è in programma al Meeting l'annuale *workshop* organizzato dall'associazione, dal titolo "Come comprare la qualità". Tra i relatori, Stefano Zamagni, ordinario di Economia all'Università di Bologna; Oscar Farinetti, presidente Eataly; Bruno Piraccini, consigliere delegato Gruppo Orogel; Fabrizio Marzano, presidente Unaproa; Vincenzo Tassinari, presidente Coop Italia; Paolo De Castro, ministro Politiche Agricole Alimentari e Forestali.

Il senso della presenza al Meeting di Cdo Agroalimentare «è far comprendere al consumatore la rilevanza del settore per lo sviluppo del Paese», dichiara Camillo Gardini, presidente dell'associazione. «Chi visiterà lo stand entrerà, di fatto, in una cascina, vestita ogni giorno dell'abito di un'azienda diversa. Per esempio, in cascina una volta si produceva il formaggio e così anche allo stand di Cdo Agroalimentare gli ospiti visitatori potranno scoprire "come si fa". La differenza rispetto a quanto avviene di norma sul mercato è che noi avremo, tra le altre, due aziende produttrici di grana nel mantovano che hanno deciso di collaborare per crescere insieme, invece che farsi concorrenza. Ed è così possibile produrre un formaggio antichissimo in modo innovativo. Avremo anche chi produce sacchetti contenitori con il mais e biocarburanti. Questo solo per fare alcuni esempi di imprese che investono in capitale umano. Aziende tutte molto giovani, tra l'altro. C'è anche un modo nuovo di produrre patate o di commercializzare un alimento semplice come l'insalata...».

Secondo Gardini «non possiamo ridurre l'attenzione su un settore strategico per l'Italia, come quello agroalimentare, ad attività marginali ed episodiche. Serve un'azione coordinata, costante e decisa, che parta da una classe imprenditoriale sufficientemente matura per affrontare le sfide di oggi». La prima innovazione secondo il presidente di Cdo Agro è nelle persone: «Si vince investendo nel capitale umano. Occorrono imprenditori con grandi ideali e capacità di dedizione, sacrificio e gratuità. Oggi vi è una carenza di queste figure perché, come afferma l'economista Stefano Zamagni, tutti quelli che escono dalle nostre università vogliono diventare manager (dipendenti!), ma se manca l'imprenditore, per chi lavora il manager? Il manager può essere frutto di *technicalities*, di una "istruzione" basata su manuali e libri. L'imprenditore invece nasce da una cultura diffusa, presente nel popolo, che "incontra" e favorisce predisposizioni personali, accompagnando i giovani nella scommessa dell'intraprendere e dell'innovazione».