





PARLIAMO

e tipicità delle Marche rappresentano al tempo stesso un tratto distintivo importante e un fattore ✓ competitivo estremamente efficace per conquistare nuovi mercati sia nel comparto agroalimentare e sia in quello turistico. L'ulteriore conferma giunge dalla lettura del bilancio della manifestazione Tipicità che si è svolta a Fermo e che ha visto tra gli enti organizzatori anche la Camera di Commercio presieduta dal comm. Enio

La quindicesima edizione di Tipicità è considerevolmente cresciuta rispetto allo scorso anno con un aumento del 6% per quanto riguarda i visitatori ed è stata la vetrina ottimale di 290 realtà partecipanti.

"Un risultato senza dubbio molto positivo – ha detto il Presidente Gibellieri – a testimonianza del crescente interesse per le nostre zone e soprattutto per i nostri sapori. Negli ultimi anni, in particolar modo, i turisti hanno manifestato un crescente interesse per la ricerca dei prodotti tipici sia dell'enogastronomia e sia dell'artigianato. Prodotti di cui è ricchissima la nostra zona che è in grado di offrire un panel di proposte estremamente variegato e che permette di soddisfare ogni esigenza". Tipicità è stato anche un momento di confronto e di analisi su quello che le Marche riescono ad offrire? "Nei tre giorni dell'iniziativa – ha detto il Presidente Gibellieri – si sono svolti interessanti convegni ai quali l'ente da me presieduto ha dato la sua collaborazione.

Tra gli interventi che ho fatto c'è stato anche quello in occasione del forum "Made in Marche: produzioni eccellenti da un territorio di alta qualità" che è stato un momento molto importante per verificare insieme ad esperti quali possono essere le opportunità di crescita del sistema economico e sociale della nostra zona proprio grazie alle tipicità". Si è parlato anche di agroenergie? "La Coldiretti ha detto il Presidente della Gibellieri – ha voluto approfondire con un apposito convegno proprio il tema "Il Fermano: area distrettuale per le agroenergie" ed anche in questo caso ho dato il mio contributo insieme ad altri esperti del settore nella consapevolezza che proprio dalle agroenergie gli operatori agricoli possono trarre nuove e interessanti opportunità di aumentare il proprio reddito nel pieno rispetto dell'ambiente".

Le imprese agricole devono affrontare un importante

periodo nel quale devono definire le proprie strategie di crescita? "Proprio su questo tema – ha detto il Presidente Gibellieri – la Cia Confederazione Italiana Agricoltori ha organizzato sempre nell'ambito di Tipicità un convegno sul tema: "Piano Sviluppo Rurale 2007-2013: opportunità di investimento per essere competitivi sul mercato e insieme ad altri esperti abbiamo analizzato concretamente quali sono le reali opportunità per gli agricoltori considerando che ammonteranno complessivamente a 490 milioni di euro, con il contributo appositamente stanziato dalla Regione Marche, i fondi che saranno messi a disposizione nel Piano di Sviluppo Regionale 2007-2013. L'annuncio, dato proprio in quell'occasione dall'Assessore regionale all'agricoltura Paolo Petrini, è stato anche accompagnato da una serie di considerazioni che sicuramente porteranno a individuare da parte degli operatori quelle strategie più efficaci per far sviluppare non solo il settore primario della nostra zona, ma anche tutte quelle realtà ad esso collegate come l'agroenergia, il turismo verde e per finire tutte quelle tipicità che sono emerse proprio dalla manifestazione di Fermo". Il Presidente Gibellieri ha infine sottolineato l'importante contributo offerto al buon esito della manifestazione dalle organizzazioni di categoria dell'artigianato (Cna - Confartigianato Associazione Artigiani di Ascoli e Fermo - Uapi Confartigianato Imprese).



nogastronomia: il pareredelle Istituzioni

uali, Sottosegretario Colonnella, le strategie della Regione Marche per lo sviluppo agricolo e rurale?

Le Marche sono una realtà plurale, dove il futuro dell'agricoltura si intreccia con quello del mondo imprenditoriale e di un ambiente paesaggistico ricco e composito. Per proteggere lo sviluppo agricolo non bisogna quindi pensare esclusivamente ai processi produttivi, ma anche a quelli culturali e storici del nostro territorio. La nostra regione non offre "solo" beni di consumo. Quando vendiamo un prodotto di qualità, una specificità, vendiamo anche l'ambiente che li circonda. La catena produttiva agricola deve essere esaltata dal "prodotto turistico", rafforzata dalla bellezza delle nostre coste e del nostro entroterra. Qualità nei servizi, qualità nei prodotti e prodotti per la qualità: un gioco di parole ma anche un circuito virtuoso in cui trovare le opportunità di una nuova economia spinta dai nuovi fattori di sviluppo dell'ambiente e della cultura.

Nel suo recente documento sul Piano di Sviluppo Rurale la Regione Marche ha ritenuto di fare tesoro delle esperienze passate e, pertanto, ha assunto anche decisioni che mi sembra siano anche la misura della serietà dell'impegno che la regione stessa vuole assumersi quando ritiene di dover "assegnare maggiore importanza alle problematiche della qualità della vita nelle aree rurali, adottare una politica più

incisiva a favore della diffusione dei sistemi di qualità; puntualizzare gli interventi diretti alla qualificazione del capitale umano". Da questo nascono nuove opportunità di sviluppo economico e di valorizzazione delle realtà artigianali e non mi riferisco solo a quelle dell'artigianato artistico e tradizionale, ma anche a quelle solide imprese artigiane, e sono tante, che rappresentano l'ossatura del nostro sistema produttivo.

Il rafforzamento dell'identità regionale inteso anche come valorizzazione della cultura enogastronomica locale. La notorietà delle eccellenze alimentari passa oggi necessariamente attraverso la certificazione e tracciabilità dei prodotti, che sono indubbiamente determinanti per qualificare il valore agricolo del nostro territorio in cui troviamo operatori competitivi e di qualità, correlata al ruolo attivo delle istituzioni alle quali è demandata la responsabilità dello sviluppo futuro. La scelta degli strumenti in una visione a medio-lungo termine?

L'offerta enogastronomica è l'espressione di una comunità fiera ed accogliente: fiera della propria storia ed identità, capace di comunicare il patrimonio ereditato immettendolo in un circuito in cui, nel caso dei prodotti agroalimentari, si possa non solo riconoscerne l'origine, ma anche certificarne la provenienza e la qualità. E' una richiesta che viene dal mercato, ma deve anche essere una "filosofia" che sarà certamente premiata da un consumatore sempre più attento a come si produce, a cosa si produce, a quali costi ambientali si produce.

Spetta al decisore politico creare le condizioni perché il territorio sia preservato da rischi di manomissione che non sono più solo, ad esempio, un prerequisito di accoglienza turistica ma una vera e propria condizione per la salubrità e vivibilità per una comunità locale.

Sostenere la qualità è quindi una sfida che pone l'asticella più in alto trattandosi di una qualità più generale. Mi risultano esistere iniziative molto importanti. Io stesso, da Presidente di Provincia, mi preoccupai di commissionare uno studio sulla qualità ambientale per un piano ambientale provinciale, nella consapevolezza che solo un territorio salubre può offrire una qualità intrinseca degna di questo nome. Ora occorre "posizionare" questa virtù e renderla percepibile, trasformarla in valore: è la funzione dei marchi che stanno nascendo, delle iniziative di filiera corta, delle campagna per l'energia di fonti rinnovabili.

Cito testualmente "Per il rilancio dell'agroalimentare è fondamentale la riscoperta dei prodotti tipici ma anche

l'offerta di prodotti-servizio" lei condivide questa affermazione?

Mi sembra di aver risposto. Le Marche non offrono solo prodotti, ma prodotti inseriti in un territorio ricco e da scoprire. Sono convinto che il valore aggiunto di prodotti-servizio sia destinato ad avere sempre crescenti prospettive economiche, rafforzandosi dapprima dentro una dinamica di nicchia per poi traguardare verso spazi di mercato più ampi, quando ancora più chiara sarà la percezione dell'importanza di come si arriva ai prodotti. Qualità, responsabilità sociale, rapporto con l'ambiente, consumo energetico diventeranno i parametri di scelta di una fascia sempre più ampia di consumatori.

L'obiettivo della sostenibilità dello sviluppo attraverso la riduzione dell'impatto sull'ambiente dell'attività agricola e l'obiettivo di uno sviluppo rurale integrato attraverso interventi in settori diversi dall'agricoltura quali l'agriturismo e il turismo rurale, l'artigianato tipico locale, la valorizzazione del patrimonio rurale sono elementi da cogliere congiuntamente per il rilancio locale del settore.

Mi parli del ruolo che, a parer suo, devono ricoprire le tipicità territoriali marchigiane all'interno del "processo di globalizzazione" che ci vede tutti coinvolti....

La domanda è interessante ma penso che richiamandomi a quanto offre il paniere dei nostri prodotti ci aiuti nella risposta: abbiamo una notevole quantità di prodotti tipici e locali, ma un numero limitato di marchi UE che, se non sbaglio, mi pare che ad oggi siano solo 5 DOP (Casciotta di Urbino, Prosciutto di Carpegna, Olio extravergine d'oliva di Cartoceto, Oliva Ascolana del Piceno, Salamini italiani alla cacciatora) e 3 IGP a carattere interregionale (Vitellone Bianco dell'Appennino Čentrale, Lenticchia di Castelluccio, Mortadella Bologna). Esiste inoltre una buona, in tutti i sensi, lista di 148 prodotti locali nell'elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali che viene tenuto ed aggiornato annualmente dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali. Se spieghiamo il perché di questo gap riusciamo anche a vedere le criticità da superare. La Regione Marche con la sua programmazione appena varata intende "riqualificare e aggregare l'offerta e di riorganizzarla in filiere, attivando quei canali commerciali che meglio valorizzano le produzioni locali" e parimenti ritiene di dover "sviluppare adeguati servizi di consulenza aziendale, inerenti non solo gli aspetti tecnici legati all'adeguamento alle normative ed ai disciplinari di produzione ma anche la logistica e il marketing in funzione di facilitare l'accesso al mercato". Se aggiungiamo un effetto piazzamento dai tanti marchi e la necessità di ben posizionarci sui mercati ecco che la nostra realtà regionale potrà finalmente occupare uno spazio che la qualità della sua gente e dei suoi prodotti merita ampiamente.

Le relazioni internazionali delle regioni nella nuova Unione Europea, quali le opportunità istituzionali e le dinamiche di cambiamento?

Le regioni hanno dimostrato di avere un ruolo fondamentale nel processo di coesione economica e sociale nell'Unione Europea. Basti pensare ai rapporti di collaborazione e di cooperazione economica tra le regioni che si affacciano sul Mediterraneo e sull'Adriatico. La famosa euro-regione adriatica, ad esempio, non è un sogno, ma un'importante prospettiva di sviluppo. Senza collaborazione tra le politiche

regionali di trasporto di Italia, Slovenia e Croazia, non possiamo ambire a rilanciare i nostri porti. Anche quelli marchigiani. Certo, la politica estera è e deve rimanere sotto la guida del Governo centrale. Ma ai poteri regionali e locali è riconosciuto una funzione determinante grazie anche al principio di sussidiarietà. Questo principio è già inserito nei trattati, ed è ribadito anche nella nuova bozza di Costituzione europea, che speriamo venga presto ratificata.

a cura della Redazione



'agricoltura marchigiana sta vivendo un periodo di grandi trasformazioni indotte dalla globalizzazione dei mercati, dall'allargamento dell'UE nonché dalla riforma della PAC. Tra gli obiettivi della politica agricola regionale estrema importanza assume la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità.

La vera sfida che, a livello regionale, ci poniamo in questa epoca di globalizzazione e di profondi mutamenti è quella di

perseguire un modello di sviluppo che non snaturi la nostra identità.

La ruralità marchigiana si offre come un grande fattore strategico in quanto espressione sinergica di una serie di valori positivi – paesaggistici, sociali e culturali – di una migliore qualità della vita e di una consapevole capacità di produrre tipicità e qualità. La competitività della nostra regione non può che passare attraverso l'integrazione dei propri prodotti con il territorio e, non a caso, tra gli obiettivi della politica agricola regionale, estrema importanza assume la valorizzazione dei prodotti agroalimentari di qualità.

Da questo punto di vista, Tipicità, ha rappresentato e rappresenta una importante occasione per i nostri produttori per farsi conoscere in Italia e all'estero ma anche una straordinaria vetrina per le tante eccellenze del territorio delle Marche. In questi ultimi anni, le Marche hanno impostato la promozione della propria immagine sul fatto di essere l'unica regione italiana "al plurale"; una pluralità dovuta alla grande diversità che caratterizza il

"...Tra gli
obiettivi della
politica
agricola
regionale
estrema
importanza
assume la
valorizzazione
dei prodotti
agroalimentari
di qualità..."

territorio come la popolazione, la cultura come le attività economiche, il folklore come le tradizioni.

Le Marche vantano un patrimonio enogastronomico vastissimo e che comprende prodotti diversissimi tra loro sia per lo loro storia che per la loro dimensione produttiva e che, senza dubbio, sono l'emblema delle Marche al plurale. Non va dimenticato, infatti, che oltre a quelle produzioni che hanno gia ottenuto un riconoscimento a livello comunitario, ci sono prodotti la cui circolazione è limitata al mercato locale e non per questo dobbiamo ritenerli meno importanti. Oltre ad una

valutazione economica, bisogna tener conto anche di altri obiettivi che possono essere perseguiti con la salvaguardia dei prodotti tradizionali: il mantenimento di attività economiche in zone marginali, la tutela di alcune biodiversità che sarebbero improponibili in zone agricole più produttive e la conservazione di un patrimonio culturale inestimabile. Uno dei punti di forza di Tipicità è proprio quello di mettere insieme prodotti marchigiani che non sono conosciuti, ancorché eccellenti, e di offrire la possibilità alle nostre piccole realtà produttrici di prodotti tipici di qualità di affrontare il mercato globale. Da tempo la Regione sta lavorando per creare un nuovo modello di sviluppo legato al territorio, all'ambiente e al paesaggio. Tipicità è una vetrina importante che misura anche il livello di crescita delle aziende; ciò che emerge è che l'agricoltura, l'enogastronomia e il turismo possono diventare nuovi modelli di sviluppo del territorio, alternativi a quello tradizionale della calzatura. Certamente questa edizione di Tipicità il "Made in Marche" ha dimostrato di essere capace di uscire

definitivamente dai confini nazionali per diventare vetrina

marchigiano che rappresentano non solo la nostra realtà

enogastronomica ma anche, e soprattutto, l'economia del territorio, la storia di questa terra che fa delle proprie

di eccellenza delle migliori risorse del territorio

specificità uno stile di vita.

a cura dell' assessore Paolo Petrini

os'hanno in comune Olive Ascolane del Piceno Dop e Pecorino dei Sibillini con biodiesel e bioplastiche? La risposta è semplice: il territorio. I prodotti in mostra alla quindicesima edizione di Tipicità e il convegno che Coldiretti Ascoli-Fermo ha organizzato sul tema "Il Fermano: area distrettuale per le agroenergie" muovono dalla stessa idea di territorio come valore aggiunto per l'attività di un'impresa agricola rigenerata, che guarda alla qualità e all'innovazione.

Qualità che i tantissimi visitatori della rassegna, divenuta ormai un punto di riferimento a livello nazionale, hanno potuto constatare di persona assaggiando i vari prodotti. Innovazione che è stata al centro del convegno organizzato per confrontarsi con le imprese sulle opportunità offerte dalle agroenergie.

Un appuntamento dal quale è scaturito un messaggio forte. "Le imprese agricole del Fermano non ci stanno a essere considerate come semplici fornitori di produzioni vegetali all'industria, ma vogliono produrre direttamente energia, recitando un ruolo da protagonisti nella nascente filiera ha dichiarato Giannalberto Luzi, presidente di Coldiretti Marche -. Produrre solo per altri non è e non può essere il modello da seguire per le aziende che vogliono cimentarsi con questo settore, anche se in determinate situazioni, come è quella che si sta vivendo da queste parti, può essere momentaneamente utile imboccare questa strada. Le soluzioni davvero efficaci però vanno in altre direzioni. Penso a consorzi di imprese che producano biodiesel, o olio di girasole, o energia elettrica e termica, o al biogas". Ma un'opportunità potrebbe venire anche dalle bioplastiche, con la produzione di sacchetti della spesa fatti di mais. E' inoltre importante poi sottolineare che a breve Coldiretti Ascoli Fermo attiverà uno sportello energia al servizio delle imprese. L'intervento di Luzi non è stato l'unico di rilievo in un convegno che ha proposto spunti di riflessione molto interessanti, grazie anche a un "parco relatori" estremamente qualificato. Francesco Ciancaleoni, dell'Area Ambiente e Territorio Coldiretti, ha fatto una panoramica sulle varie agroenergie, dal biogas al biodiesel, al fotovoltaico.

Alessandro Arioli, docente dell'Università di Torino e membro della commissione ministeriale sulle biomasse ha spiegato la costruzione di un sistema distretto agroenergetico.

Di ecocompatibilità e redditività ha, invece, discusso Guglielmo Donadello, responsabile Agricoltura della direzione nazionale di Legambiente, il quale ha evidenziato la necessità che le agroenergie siano gestite dalle imprese agricole e non dall'industria. Il presidente MassimoRossi, ha ricordato il protocollo d'intesa sulle filiere energetiche ideato dalla Provincia di Ascoli, mentre l'assessore regionale all'Agricoltura, Paolo Petrini ha sottolineato come l'ente stia investendo molto sul settore agroenergie e ha chiesto al Governo un certificato verde unico agricolo. Il sindaco di Fermo Saturnino Di Ruscio ha ribadito la necessità di legare le modefiliere agroenergetiche al territorio, mentre il presidente della Camera di Commercio di Ascoli, Enio Gibellieri, ha messo in risalto l'importanza di lavorare assieme al fianco delle imprese.

a cura del direttore Coldiretti Anacleto Malara











il catering

"Per ricevere in modo appropriato ed efficace i tuoi ospiti abbiamo creato da anni un servizio di catering. Camerieri qualificati allestiranno per voi raffinatissimi rinfreschi completi di tutto, dai tavoli agli ombrelloni, dalle stoviglie alle posate, il tutto contraddistintto dalla qualità e sopratutto dalla creatività proprie dei prodotti Gallucci. I nostri servizi sono tali da assecondare le esigenze di ciascuno di voi: coffe-break, pranzi di lavoro, inaugurazioni commmerciali. presentazioni di prodotti, avvenimenti culturali, matrimoni, comunioni o



feste di laurea e

compleanni".



perlatua pubblicità intervista

TELEFONA AL N. 0734.671419
MOBILE 349.3076688 333.8999379
OPPURE INVIA UNA E-MAIL A
REDAZIONE@DONNAIMPRESA.COM
E UN NOSTRO DIRIGENTE
VERRÀ DIRETTAMENTE A TROVARTI
NELLA TUA AZIENDA.

abbonati

Sottoscrivi un abbonamento annuale (100,00 euro) a "Di" Donna Impresa Magazine entro il 30/03/08 ed avrai la possibilità di promuovere gratuitamente la tua azienda sul grande portale web agli i n d i r i z z i : www.aziendeassociate.it

Bollettino Postale intestato a:

DONNA IMPRESA MAGAZINE

N. c/c 50824424 Ufficio Postale

Porto San Giorgio Centro (ap/fm)

REDAZIONE

TEL E FAX 0734.671419 333.8999379 349.3076688 V.LE F.CAVALLOTTI 145 63017 PORTO SAN GIORGIO AP/FM F-MAII •

redazione@donnaimpresa.com mariani@donnaimpresa.com <u>WEB:</u> WWW.DONNAIMPRESA.COM

WWW.AZIENDEASSOCIATE.IT