

AGROALIMENTARE. Intesa tra Upa, Cia, Ortomercato e commercianti

Il made in Brescia accorcia la catena

Bettoni: «Accordo storico, il primo in Italia»

Claudio Andrizzi

Accorciare le distanze fra produzione agricola locale e consumatori garantendo positive ricadute qualitative, economiche e ambientali: questo, in sintesi, il senso del progetto «Prodotti della terra Bresciana» nato dalla sinergia fra mondo agricolo (rappresentato da Unione provinciale agricoltori e Cia) e mondo del commercio alimentare con l'impegno di soggetti istituzionali attivi sul territorio (Ascom, Confesercenti, Consorzio Brescia mercati).

La novità è stata presentata nella sede dell'Upa, presente il presidente Francesco Bettoni: con lui, i leader di Cia (Aldo Cipriano), Ascom (Carlo Massolotti), Confesercenti (Piergiorgio Piccioli) e Consorzio Brescia Mercati, Luciano Bono, oltre all'assessore comunale alle Attività Produttive e artigianato, Maurizio Margaroli, e all'assessore regionale al Commercio, Franco Nicoli Cristiani, che ha inserito il progetto bresciano nel più vasto ambito del tavolo di lavoro agroalimentare costituito circa un anno fa. L'iniziativa si configura come una nuova operazione di valorizzazione del prodotto agricolo bresciano, attraverso la creazione, in città e provincia, di nuovi spazi finalizzati a facilitare la repe-



La presentazione della nuova iniziativa nella sede dell'Upa a Brescia

ribilità delle tipicità locali.

L'idea alla base del progetto è di gettare un ponte fra due categorie di «peso» nello scenario economico provinciale: da una parte l'agricoltura (con 20 mila imprese e una Plv superiore al miliardo di euro); dall'altra gli esercizi commerciali del settore alimentare, che conta 2.647 esercizi di vicinato, 1.336 medie strutture di vendita, 462 ambulanti con posteggio e 183 itineranti. Due i livelli di intervento previsti dal protocollo d'intesa firmato ieri: innanzitutto si procederà con l'allestimento di appositi spazi per la vendita diretta delle produzioni «made in Bs» all'interno dell'Ortomercato di Brescia; in seconda battuta, verrà creata una rete tra aziende agricole e negozianti al dettaglio, con la realizzazione di un logo, ma-

teriali informativi, e la promozione di eventi in ambito enogastronomico.

«E' un accordo di portata storica, il primo a livello nazionale - ha detto Bettoni -. Finalmente si passa dalle parole ai fatti». Le prime vendite inizieranno verso la fine di giugno: si partirà con una quarantina di aziende agricole in una serie di negozi selezionati. Previsto anche un sito internet, attraverso il quale i consumatori potranno ottenere le informazioni sulle aziende e sugli esercizi commerciali coinvolti, nonché sui prodotti agroalimentari commercializzati. Nel progetto è previsto anche il coinvolgimento dell'Istituto Zooprofilattico: il suo compito sarà quello di vigilare su certezza della qualità e della provenienza degli alimenti. ♦