GIORNALE DI COLDIRETTI TOSCANA - Anno XIII- n.3 MARZO 2010 - Tariffa ROC Poste Italiane spa Spedizione in Abb. Post. D.L.353/2003 (conv. in L.46/2004) art.1 comma 1 DCB/F

la campagna TOSCANA

TOSCANA CAPITALE DELLA VENDITA DIRETTA

LO STUDIO CURATO DA SWG PER CONTO DI COLDIRETTI DICE CHE GLI IMPRENDITORI AGRICOLI CREDONO NELLA VENDITA DIRETTA

La Regione in cui si concentrano i maggior numero di aziende agricole con punti di vendita diretta, la Toscana si conferma capitale nazionale della filiera corta.

A dirlo, l'indagine condotta per conto di Coldiretti Toscana da Swg, società di ricerche di mercato e presentata in occasione della convention "Diamo valore alla vera Toscana", voluta dall'organizzazione agricola per presentare il suo progetto per l'economia e la società ai decisori politici della regione.

Non è un caso quindi che in Toscana il progetto di Coldiretti di creare una filiera agricola tutta italiana, che comprende l'attivazione di negozi aziendali e farmer's market sotto il grande marchio di Campagna Amica, è più conosciuto rispetto alla media italiana, ma soprattutto più apprezzato: il 79 per cento degli intervistati lo considera un contributo (l'11 per cento molto significativo, il 68 abbastanza) per l'agricoltura italiana. Nel resto della penisola la percentuale si ferma al 61 per cento.

Il dato più eclatante sta nella convinzione del successo del progetto: 70 imprenditori su 100 credono nella sua riuscita. Se guardiamo oltre la Toscana questo valore crolla al 46 per cento.

Nella filiera corta dunque l'agricoltura della regione vede il futuro. E lo dimostra con i numeri: il 46 per cento del campione infatti pratica la vendita diretta, nel resto di Italia ci si ferma al 34.

E la vendita diretta è anche un sogno nel cassetto per chi ancora non l'ha sperimentata: 63 imprenditori su 100 confessano di essere propensi a inserirla tra le attività aziendali. Nel resto del paese questo progetto interessa solo il 34 per cento degli imprenditori.

Per ora la conoscenza dei Famer's market è limitata. Ne ha sentito parlare solo il 39 per cento. Ma l'idea dei mercati degli agricoltori convince 81 intervistati su 100, media che supera di un soffio quella nazionale.

In realtà, in materia, sono più preparati i consumatori: in Toscana hanno sentito parlare dell'argomento 42 cittadini su 100, il 2 per cento in più rispetto al resto della penisola. Straordinario è il consenso che meritano: la valutazione molto positiva accomuna il 64 per cento delle persone. Un indice di gradimento importante.

"E' la conferma che i Mercati di Campagna Amica – dice Coldiretti Toscana – sanno dare risposte alle esigenze dei consumatori che, acquistando direttamente dal produttore, hanno la garanzia della genuinità, della freschezza e della sicurezza di ciò che portano in tavola. Siamo consapevoli che si tratta di una forma di vendita che potrà riguardare solo una fetta limitata del mercato, ma si inserisce alla perfezione nel più ampio progetto di Coldiretti di creare una filiera agricola tutta italiana, cui, oltre ai mercati degli agricoltori, daranno il loro contributo anche i punti vendita aziendali, gli agriturismi i negozi dei consorzi agrari e delle coooperative".

E' l'agricoltura in generale ad essere promossa a pieni voti dai toscani che giudicano, nell'89 per cento dei casi, positivo il suo contributo all'economia del paese, dando al settore un ruolo strategico più di quello riconosciuto alle grandi imprese (62%), la Gdo (71%), le banche (28%).Per i cittadini di questa regione l'agricoltura non è solo il settore da cui provengono gli alimenti che fanno l'immagine dell'Italia all'estero (parere condiviso dal 43 per cento degli intervistati) e della produzione sicura e di qualità (opinione espressa dal 39 per cento del campione). Per il 40 per cento è sinonimo di salvaguarida delle tradizioni locali, per il 31 per cento difesa del territorio e dell'ambiente,per il 15 per cento sbocco per l'occupazione giovanile.

PROPRIETA' CONTADINA

CONFERMATA ANCHE PER IL 2010 LA PROROGA DELLE AGEVOLAZIONI PER I COLTIVATORI DIRETTI CHE ACQUISTANO TERRENI

La proroga delle agevolazioni per l'acquisto dei terreni da parte dei coltivatori diretti ed imprenditori agricoli professionali è legge. La norma, che prevede il mantenimento per tutto il 2010 delle facilitazioni preesistenti per la cosiddetta proprietà contadina, è stata approvata definitivamente dal Senato nell'ambito della discussione sul decreto Milleproroghe ('art. 2 – comma 4 bis).

Per tutto l'anno in corso, i coltivatori diretti e gli imprenditori agricoli professionali potranno beneficiare, nelle operazioni di compravendita dei terreni, delle imposte di registro e ipotecaria nella misura fissa di 168 euro ciascuna e dell'imposta catastale nella misura dell'1 per cento. Oltre a ciò,è contemplato uno sconto del 50% sugli onorari dei notai.

"Una bella notizia – commenta la Coldiretti che ha effettuato un forte pressing per l'approvazione della normativa – che offre una boccata di ossigeno a tutte quelle imprese prevalentemente condotte da giovani imprenditori che, nonostante il momento di crisi dovuto ai prezzi bassi che hanno spuntato le produzioni agricole nella scorsa stagione, hanno intenzione di sfidare la crisi e dimensionare in modo economicamente valido le proprie imprese agricole".

Ma il via libera alle agevolazioni sulla proprietà contadina eviterà anche che la terra finisca nelle mani degli speculatori. Secondo uno studio della Coldiretti un territorio grande come due volte la regione Lombardia per un totale di cinque milioni di ettari. equivalenti è stato sottratto all'agricoltura che interessa oggi una superficie di 12,7 milioni di ettari con una riduzione di ? negli ultimi 40 anni.

In più di un caso su tre (42 per cento) chi acquista terra non è un imprenditore agricolo e lo fa come investimento alternativo e solo il 58 per cento sono agricoltori. Non è un caso infatti che i terreni agricoli battono l'oro nella classifica degli investimenti giudicati più sicuri dagli italiani e sono collocati al pari dei conti correnti ad alta remunerazione e al di sotto della casa, che è di gran lunga in cima alla graduatoria, secondo l'indagine realizzata da Coldiretti-Swg nell'ottobre 2009.

I valori fondiari medi nell'Ue vanno da un minimo di 1.000 euro/ettaro nei Paesi dell'Est (Romania, Slovacchia, ecc.) ad un massimo di 34.000 euro/ettaro in Olanda, 25.000 euro/ettaro in Danimarca e 11.000 euro/ettaro in Spagna, secondo l' Eurostat. In Italia, il valore fondiario medio è di 17.000 euro/ettaro, ma è una media comprende anche i terreni marginali di montagna e collina dell'Appennino e delle Isole.

I terreni di montagna e collina litoranea, paragonabili a quelli dell'Olanda e della Danimarca, hanno in Italia un valore fondiario medio di gran lunga superiore, da 38.000 euro/ettaro a 72.000 euro/ettaro. Un'indagine di Coldiretti, appositamente svolta sui valori fondiari, ha messo in evidenza che, anche nel 2009 - anno di forte crisi dell'agricoltura –, il valore dei terreni continua a crescere nelle pianure con valori che raggiungono i 550.000 euro/ettaro, mentre diminuisce nelle aree più marginali della montagna alpina, appenninica e delle isole.

CreditAgri

COLDIRETTI TOSCANA

LA CAMPAGNA TOSCANA
Giornale di Coldiretti Toscana
Anno XIII n. 3 MARZO 2010
La rivista viene inviata ai soci di Coldiretti che hanno assolto al pagamento dell'abbonamento contestualmente al versamento della quota associativa
Una copia Euro 1,55 - Abbonamento annuale Euro 15,50

Editore
Centro Assistenza Imprese Coldiretti Toscana srl
Registro Operatori della Comunicazione n.9714
Reg. Trib. Firenze n.4768 del 20.02.98

Direttore responsabile
ROBERTO MADDE'

Direzione, redazione e amministrazione
Via della Villa Demidoff, 64/d - 50127 Firenze
Tel. 055/3245655 - Fax 055/3246612

Stampa e spedizione
Media - Prato
Tariffa ROC: Poste Italiane spa
Spedizione in Abb. Post. D.L. 353/2003
(conv. in L.46/2004) art.1, comma 1, DCB/FI

Ai sensi del Dlgs del 30.06.2003 n.196 (codice Privacy), si precisa che i dati dei destinatari del giornale, da tempo in nostro possesso, forniti all'atto della sottoscrizione dell'abbonamento o diversamente acquisiti da enti collegati con La Campagna Toscana/Caict srl/Coldiretti, verranno utilizzati dalla stessa Caict srl, editrice del giornale, per essere inseriti in archivio informatizzato idoneo a garantire la sicurezza e la riservatezza. Tali dati saranno utilizzati, salvo espresso divieto sottoscritto degli interessati, oltre che per il rispetto del rapporto di abbonamento o di invio del giornale, anche per le proprie attività istituzionali ivi comprese la comunicazione, l'informazione e la promozione, nonché per conformarsi ad obblighi normativi e di legge.

DIAMO VALORE ALLA VERA TOSCANA

LO SLOGAN LANCIATO DA COLDIRETTI NEL 2008 È DIVENTATO OGGI UN PROGETTO DI SVILUPPO PER L'ECONOMIA E LA SOCIETÀ TOSCANA

Il made in Tuscany? Sì, ma solo se la sua origine è certa, fin dall'inizio della filiera. Tulio Marcelli, presidente di Coldiretti Toscana, ha ribadito il concetto a Enrico Rossi, candidato governatore della Regione. "Alla politica chiediamo di dirigere sforzi, investimenti e risorse per sostenere il vero prodotto toscano ed evitare che il nostro territorio si trasformi in una semplice piattaforma per la toscanizzazione dei prodotti che, con questo passaggio, aspirano solo ad aumentare il loro valore commerciale". Un concetto che il numero uno di Coldiretti aveva rappresentato chiaramente guidando la presa di Piazza Santa Croce nel novembre del 2008 e che è tornato a ripetere ai decisori politici, un anno e mezzo dopo. I toni sono cambiati: dalla protesta Coldiretti è passata alla proposta. Ma gli obiettivi sono rimasti identici: costruire una filiera agricola tutta toscana. Anzi si sono consolidati, grazie all'apertura dei primi mercati di Campagna Amica e all'avvio della costruzione di una rete di vendita diretta organizzata. Il tema è stato affrontato e discusso, questa mattina, nel corso della convention Diamo valore alla vera Toscana: momento di dibattito e confronto con i decisori politici toscani, il presidente uscente Claudio Martini, l'aspirante governatore Enrico Rossi.

Nel Salone dei Cinquecento colorato di giallo e popolato di imprenditori agricoli, Coldiretti ha presentato il suo progetto, confortato da testimonianze e da dati.

Sul palco è salito Roberto Weber, presidente della Swg che ha presentato i risultati di una recente ricerca in cui si mettono a fuoco l'importante ruolo che all'agricoltura viene riconosciuto dai consumatori e i pregi della filiera corta per produttori e cittadini.

E poi sono sfilate le testimonianze di Andrea Landini, presidente di Terranostra Toscana; Maria Cristina Rocchi, presidente del Consorzio Agrario di Siena; Francesco Viaggi, presidente di Agrimercato.

Momenti clou: il faccia a faccia tra Claudio Martini e Stefano Masini, capo area Ambiente e Territorio di Coldiretti nazionale e quello tra il presidente Tulio Marcelli ed Enrico Rossi: il dibattito ha messo in evidenza alcune importanti convergenze e la volontà di trovare un percorso condiviso per la valorizzazione del vero made in Tuscany.

Stefano Masini

Tulio Marcelli con Claudio Martini

Enrico Rossi

Roberto Weber

ENERGIA DA BIOMASSE

BANDO PER L'EROGAZIONE DEL CONTRIBUTO FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI IMPIANTI CONNESSI ALLA PRODUZIONE DI ENERGIA DA BIOMASSE PUBBLICATO IL 16 FEBBRAIO 2010 CON SCADENZA IL 2 APRILE 2010

ENAMA ha ricevuto dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MiPAAF) l'incarico di sviluppare un "Programma nel settore delle fonti energetiche rinnovabili da biomasse".
Il fine è quello di fornire un'ampia gamma di strumenti tecnici, scientifici, normativi e anche finanziari, per indirizzare gli stakeholders del comparto agricolo verso l'attivazione delle filiere agro-energetiche più virtuose. Il programma è incentrato su quattro pilastri: uno studio sullo stato dell'arte e sulle potenzialità del settore, l'analisi critica degli accordi di filiera, la realizzazione ed il monitoraggio di

impianti a biomasse, la divulgazione degli esiti prodotti.
Grazie alla vasta base associativa di ENAMA e al contributo dell'Associazione le Fattorie del Sole, il programma potrà essere sviluppato in un'ottica di sistema avvalendosi dell'esperienza maturata sui vari fronti dalle principali organizzazioni agricole, del conto-terzismo, del commercio e dell'industria delle macchine agricole, al fine di fornire uno strumento per promuovere le scelte programmatiche ed adottare i provvedimenti ritenuti più idonei per lo sviluppo del settore delle agroenergie in Italia.

DECOLLA OSCAR GREEN

Sul podio nel 2009 è salita anche un'impresa toscana: l'Oasi di Baugiano, che, grazie alla fattoria preistorica e alla fabbrica dei giochi contadini, si è guadagnata il premio alla creatività e la possibilità di far conoscere la sua attività a livello nazionale, anche attraverso i teleschermi della Rai. In passato altre aziende si erano guadagnate il titolo e successo grazie a Oscar Green, il concorso promosso da Coldiretti Giovani Impresa,che premia le idee più innovative.
L'iniziativa è pronta a una nuova replica. In questi giorni, infatti è partita l'edizione 2010, la quarta, dedicata al tema "Firma l'innovazione". Le iscrizioni sono aperte: le aziende che hanno scommesso su progetti originali possono farsi avanti entro il 5 aprile.
Il premio si articola in sei categorie che riflettono la multifunzionalità dell'impresa agricola, la sua capacità di collegamento con un contesto ben più esteso di quello prettamente aziendale, la necessità di puntare sulla qualità e su un rapporto di fedeltà con il mondo dei consumatori. Sono: "Stile e cultura di impresa", "Sostieni il clima", "Sviluppo locale", "Esportare il territorio", "Campagna Amica", "Oltre la filiera". "Aderire significa essere protagonisti di una dimensione positiva. Ancora una volta Coldiretti Giovani Impresa mette al centro l'innovazione, l'impresa agricola come opportunità di successo individuale, ma anche come esaltazione di un territorio, sensibilità verso l'ambiente e valorizzazione di tipicità e tradizioni", dice Francesca Ferrari, leader dei giovani imprenditori agricoli di Coldiretti, sollecitando la aziende alla partecipazione.