

AGROALIMENTARE. Sono ormai una trentina le aziende che hanno aderito alla rete di Pmi fondata a Verona un anno fa

Il brand «Buon Gusto Veneto» nella grande distribuzione

Successo del corner all'ipermercato Galassia, che in 50 giorni ha venduto prodotti per 70mila euro
A settembre partirà anche il sito di e-commerce

Valeria Zanetti

Il valore aggiunto è un brand. Patrimonio di una rete d'impresie medie e piccole dell'agroalimentare, che sotto l'ombrello di un unico marchio stanno penetrando il mercato attraverso un ventaglio di iniziative strutturate.

Ad un anno dalla nascita, con la registrazione del contratto proprio a Verona, dove hanno sede sei delle 15 aziende che hanno da subito creduto nell'aggregazione, «Buon Gusto Veneto», al quale nel frattempo hanno aderito, anche se non ancora formalmente, altre 19 realtà del settore traccia il bilancio della propria attività e lancia i progetti futuri.

«Il primo esperimento andato a segno ha riguardato la creazione di un corner di 40mq di prodotti alimentari delle imprese della rete all'interno dell'ipermercato Galassia. Olio, caffè, pasta, dolci, riso, gastronomia, formaggi e vini tutti sotto la stessa insegna», spiega Giancarlo Taglia, manager di rete. «Il corner è rimasto operativo dal 19 novembre al 17 gennaio, con una hostess per otto ore al giorno e gli imprenditori delle aziende di Buon Gusto Veneto che si turnavano per presentare ai clienti l'eccellenza dei loro prodotti. Un esempio di filiera corta, inserita nella grande distribu-

zione organizzata, che ha funzionato, nonostante alcuni marchi della rete fossero già a scaffale nell'ipermercato».

In 50 giorni sono stati venduti prodotti per un volume complessivo di 70mila euro e due imprese del raggruppamento sono entrate in assortimento continuo per Galassia. Il che significa commesse tutto l'anno da parte di uno dei principali iper del Veronese. «Un risultato impossibile da conseguire se le aziende si fossero presentate da sole, indipendentemente dalla qualità dei loro prodotti. Le realtà micro difficilmente riescono a diventare fornitrici della Gdo, dove trovano la concorrenza delle multinazionali dell'alimentare», aggiunge.

DISTRUZIONE LOCALE E NAZIONALE. Il corner è tornato al Galassia dal 13 maggio al 2 giugno e replicherà anche ad ottobre e dicembre. Ma non è tutto: gli esiti dell'esperimento e la partecipazione a Tuttofood di Milano (che ha fruttato contatti con 55 buyer stranieri e l'interesse di una grande catena lituana, ndr) hanno portato Buon Gusto Veneto a proporre il corner anche alla distribuzione nazionale. A settembre il brand inaugurerà anche la vendita online dei prodotti delle aziende in rete, già nella vetrina virtuale www.ilbuongustoveneto.it.

«Abbiamo inoltre concluso

la progettazione del prototipo di negozio che potrà essere aperto in franchising con il nostro marchio. L'idea è di partire da un paio di punti vendita a Venezia e nella zona di Abano Montebelluna, a grande intensità turistica», prosegue il manager. «Lì si troveranno i prodotti delle aziende della rete, si farà ristorazione veloce a prezzi contenuti e ci saranno postazioni multimediali per proporre il Veneto turistico».

A questo servono le partnership che l'aggregazione sta sviluppando a 360 gradi, coinvolgendo istituti bancari, come Banco Popolare, ma anche Parco Natura Viva di Pastrengo e Parco Sigurtà di Valeggio sul Mincio. Allo studio anche un accordo con gli istituti alberghieri regionali, che selezioneranno una decina di diplomati per provincia interessati ad avviare un'attività di catering con il paniere dei prodotti del marchio. Ed infine il progetto di replicare l'esperienza veneta nelle principali regioni italiane a forte vocazione agroalimentare. «L'obiettivo sarebbe di creare una decina di reti locali da unire sotto l'unico brand nazionale, da ribattezzare magari il Buon gusto italiano», dice Taglia, «per portare le pmi del settore ad internazionalizzare nei diversi continenti il food made in Italy prodotto ancora nelle nostre piccole imprese familiari». ●



Il corner di Buon Gusto Veneto al centro commerciale Galassia

L'adesione non ha alcun costo economico

Molti marchi veronesi nella rete delle imprese

Dalla pasta fresca del pastificio villafranchese Armando De Angelis, al riso della pila Ferron di Isola della Scala. Dai tortellini del pastificio Menini di Valeggio Sul Mincio, ai formaggi Agriform e alle verdure fresche cotte al vapore di De.Pa.

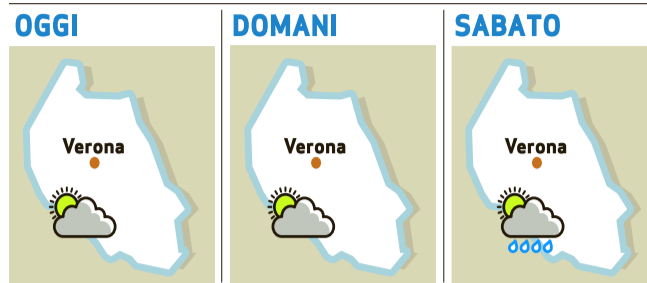
E poi fino alle sfogliatine De Bortoli di Villafranca, ai vini della Cantina Valpolicella Negrar, all'olio Redoro dei frantoi di Grezzana, alla gastronomia di Cose Buone di Settimo di Pescantina.

L'ADESIONE DEI MARCHI VENETI. Cresce il numero di marchi veronesi che si aggrega alla rete d'impresa il Buon Gusto Veneto. «Sui tratta di realtà dalle dimensioni molto

diverse dalle aziende di gradi e medie dimensioni (Agriform, tanto per fare un esempio, ha fatturato nel 2012 circa 150 milioni, Armando De Angelis, oltre 23 milioni, Cantina Valpolicella Negrar ha superato i 26 milioni già nel 2011, ndr) alle numerose imprese micro e familiari, maggiormente impattate dalla crisi per le quali la rete può rappresentare la possibilità di incentivare il business», analizzano da Buon Gusto Veneto.

Per entrare non occorre denaro - precisano dall'organo di gestione della rete - ma bisogna dedicare tempo, know how ed essere disponibili a scambiarsi i clienti. Se la partecipazione non si rivela interessante, l'azienda può uscire dall'aggregazione senza dover sostenere costi. **Va.Za.**

BOLLETTINO AGROMETEOROLOGICO



PREVISIONE PER OGGI

Tempo moderatamente variabile, con spazi di sereno alternati ad annuvolamenti

PRECIPITAZIONI

Probabilità medio-bassa

TEMPERATURE

Minime in lieve calo, massime in lieve aumento

TENDENZA PER DOMANI E SABATO

DOMANI. Tempo variabile con schiarite.

Precipitazioni. Probabilità medio-bassa

SABATO. Tempo variabile a tratti instabile. Probabilità rovesci o temporali

SETTORE VITICOLO

Peronospora

I modelli matematici indicano che nella settimana appena trascorsa il rischio Peronosporico sia stato moderato nella maggior parte degli areali viticoli e nei vigneti monitorati non è stata osservata un'ulteriore progressione dei sintomi d'infezione. Tuttavia non bisogna abbassare la guardia nei confronti della malattia, ed in particolare nei riguardi delle infezioni secondarie nelle situazioni produttive con umidità elevata. Infatti in alcuni vigneti monitorati si è assistito all'evoluzione dei sintomi d'infezione con comparsa di Peronospora Larvata su grappolo. Si consiglia di controllare giornalmente le previsioni meteo e di intervenire prima di eventuali precipitazioni con prodotti che mantengono bene la COPERTURA e permettano una buona protezione del grappolo. Nell'esecuzione dei trattamenti è fondamentale assicurare la bagnatura uniforme di tutta la pianta e in particolare della nuova vegetazione.

Oidio

Non sono al momento segnalati problemi particolari, ma sintomi su grappolo vengono osservati in molti areali viticoli, come nell'area dei Colli Euganei, dei Colli Berici e del Soave. Soprattutto nei vigneti dove l'anno scorso si sono verificati attacchi di Oidio, è sempre opportuno aggiungere anche prodotti ANTIOIDICI specifici con medesima persistenza dell'ANTIPERONOSPORICO impiegato.

Tignole della vite

Si ricorda che è sempre opportuno provvedere al monitoraggio delle infestazioni nella propria azienda con trappole specifiche per la Tignoletta o per la Tignola Della Vite. Pur con variazioni dovute alle condizioni della zona, attualmente lo sfarfallamento degli adulti di Tignoletta è ormai concluso o in via di conclusione. Sono presenti da alcuni giorni le ovature e forme larvali. Si consiglia di valutare se effettuare l'intervento sulla base del superamento della soglia economica d'intervento e decidere il posizionamento del trattamento sulla base della tipologia di INSETTICIDA scelto. Si ricorda di trattare nelle ore più fresche della giornata, preferibilmente la sera, e di ripetere il trattamento nel caso di acquazzoni e di piogge dilavanti verificatisi subito dopo l'applicazione. Prima dell'eventuale trattamento sarebbe opportuno eseguire una potatura verde (sfogliatura, cimatura) in modo da liberare i grappoli per meglio esporli al prodotto, evitando però soluzioni che possano causare scottature sui frutti, le quali sono riscontrate frequentemente in molti vigneti.

SERVIZIO INTEGRATO
Unità periferica per i servizi Fitosanitari
045.8676919 tosanitario@regione.veneto.it
REGIONE del VENETO
Unità operativa di Agro-biometeorologia
049.9998111 cmt.agromet@arpa.veneto.it
arpav

ACCIAIO. Flessibilità e sinergie sono i fattori utili per stare sul mercato

Manni Sipre, il segreto è tutto nella innovazione

L'azienda di Mozzecane occupa 400 dipendenti e ha un fatturato pari a 207 milioni di euro

L'innovazione e la ricerca sono fondamentali in un settore maturo, anzi, ora pure in forti difficoltà, come è quello dell'acciaio per le costruzioni. «È una innovazione», spiega l'amministratore delegato Massimo Fabbri, che è anche direttore degli stabilimenti della Manni Sipre di Mozzecane, «ad ampio spettro, all'insegna sempre della creazione di maggior valore aggiunto, che tocca sia il sistema produttivo che i servizi».

«L'autoproduzione di ossigeno per il taglio a caldo, costituisce un passo importante», osserva l'ingegner Fabbri, «come lo è l'applicazione di sinergie di gruppo, con la società di engineering Icom, con Isopan e con l'utilizzo delle energie rinnovabili di Mannienergy sia al nostro interno che nelle strutture che realizziamo».

L'altro grande atout è la flessibilità, che si sviluppa anche in un big del settore (le prelavazioni dell'acciaio - media 300000 t. all'anno, 207 milio-

ni di fatturato, 400 dipendenti). Una flessibilità che ripaga. A patto che sia accompagnata, appunto, da altre scelte vincenti come quelle in atto alla Manni Sipre, dove, tra l'altro, è stata possibile l'intesa con le rappresentanze sindacali sulla gestione delle ore di integrazione che ha, appunto, permesso risultati decisamente positivi, a partire dal miglioramento dell'intera attività.

SINERGIE E INTERNAZIONALIZZAZIONE. «Le sinergie», ricorda ancora l'ingegner Fabbri, «sono fondamentali per dare risposte ai mercati esteri - la nostra seconda sfida - e nei rapporti con i clienti-partner per individuare insieme soluzioni costruttive ideali. Come quella che abbiamo proposto con successo ad un grande gruppo austriaco specializzato nella produzione di macchine per il legno».

L'internazionalizzazione per Manni Sipre, come per tutto il Gruppo Manni, ormai non è più fatta di sole esportazioni, ma soprattutto di business da realizzare in aree strategiche. Per Europa e Nord Africa si è scelta la vendita diretta dall'Italia, mentre si sta valu-

tando la scelta più opportuna per i Paesi dell'Est e si è individuato in Isopan l'ariete per la conquista d'una parte della Russia e dall'altra del mercato americano, passando per il Messico.

Ma si guarda anche al Medio Oriente, all'Africa e al Mediterraneo. Per questo si attende con impazienza il completamento - sarà realizzato entro l'anno - del porto a Mantova dove si centralizzerà la logistica in arrivo e dei prodotti lavorati in partenza, con operatività, grazie ad un canale che congiunge con l'Adriatico, tutti i giorni dell'anno. Ma tutto questo non sarebbe possibile se non si fosse effettuata una scelta fondamentale, come è stata quella della conversione della focalizzazione dalle costruzioni all'impianistica ed alla meccanica. Business nuovo, un'altra sfida da vincere. Perché ci sono le volontà e le premesse. I magazzini con più di 200.000 mq, per esempio, sintetizzano le potenzialità operative ed anche la sicurezza finanziaria del Gruppo Manni, che può quindi dare risposte immediate a esigenze le più varie della clientela internazionale. ●F.R.

REGIONE. Intervento del consigliere Fasoli

Turismo e servizi settori promettenti per la formazione

«Per aumentare le chance di inserimento lavorativo dei giovani occorre rivedere le qualifiche»

In quale direzione deve andare la formazione professionale? A seguito dell'inchiesta pubblicata sulle pagine de *L'Arena*, è il consigliere regionale del Partito democratico, Roberto Fasoli, a intervenire, raccontando quanto discusso in Sesta commissione a Palazzo Ferrofino la scorsa settimana: «La Regione sta facendo un attento lavoro di monitoraggio, in modo da sapere con precisione dove vanno a finire i finanziamenti alla formazione professionale»,

«nel triennio 2009-2011 sono stati investiti in questo settore 412,8 milioni di euro ed è fondamentale conoscerne la destinazione per migliorare l'efficacia di queste azioni», sostiene Fasoli. «Il tasso di occupazione degli studenti dopo 6 mesi è sceso dal 36 al 30% dal 2011 al 2012; e il trend vale anche a distanza di un anno dalla qualifica, a dimostrazione che la crisi si ripercuote anche

in questo ambito». Come intervenire, dunque? «Verona ricopre un ruolo centrale nella formazione professionale e deve continuare a farlo», sostiene il consigliere Pd. «Innanzitutto, è indispensabile una maggiore integrazione tra pubblico e privato, cioè gli enti convenzionati con la Regione: queste strutture, inoltre, devono essere finanziate con maggiore puntualità».

Secondo il consigliere Fasoli, per aumentare la possibilità di inserimento lavorativo degli studenti è necessario rivedere le qualifiche, adeguandole alle nuove richieste del mercato e puntando di più sul turismo e sui servizi.

«Importanti benefici si potrebbero trarre aumentando l'impegno con l'Unione europea, in modo da recuperare maggiori risorse per la formazione», conclude il consigliere regionale. «Infine, va rivisto anche il sistema di accreditamento degli enti in Regione, alzando la soglia di qualità per incentivarne l'aggregazione ed evitare che i finanziamenti vengano dispersi in troppe realtà, poco strutturate». ●M.Tr.

CANTINA DI MONTEFORTE. Edizione 2013

Premio Douja d'Or al Recioto Soave docg Sigillo 2009

Mille i vini in concorso Degustazione ad Asti in settembre. Tobin: «Premiata l'eccellenza»

Il Recioto di Soave docg Sigillo 2009, firmato da Cantina di Monteforte, è l'unico vino veneto ad aggiudicarsi l'Oscar della Douja d'Or 2013, il massimo riconoscimento al prestigioso concorso enologico nazionale Douja D'Or indetto dalla Camera di Commercio di Asti e giunto quest'anno alla sua 41ª edizione. I risultati sono stati resi noti lunedì scorso nel corso della presentazione ufficiale che ha visto tra gli altri anche la partecipazione di Giorgio Calabrese, presidente nazionale Onav.

Le commissioni formate da 250 assaggiatori dell'Onav hanno preso in esame quasi 1000 campioni di vini Doc e Docg proposti da 367 cantine di tutta Italia. Dei campioni presentati 509 sono risultati vincitori dopo una severa e rigida selezione. Tutti i vini premiati saranno in degustazione e in vendita dal 6 al 15 settembre a Palazzo dell'Enofila,

quartier generale del prossimo Salone nazionale Douja d'Or, dove non mancheranno abbinamenti con piatti della cucina d'autore. Il Recioto di Soave Docg Sigillo appartiene alla linea «Cantina di Monteforte», top di gamma dell'azienda, ideata esclusivamente per la ristorazione di qualità.

«Si tratta di un risultato che ci dà particolare soddisfazione», evidenzia Gaetano Tobin, direttore generale di Cantina di Monteforte, «dal momento che questo riconoscimento va a premiare un'eccellenza nell'eccellenza. Il Recioto infatti appartiene alla nostra più antica tradizione enologica tuttavia non sempre è di immediata comprensione».

Il Recioto di Soave Il Sigillo nasce da uva garganega, vinificata in purezza e coltivata solo nella zona del Soave Classico. I grappoli più sani e maturi, raccolti a mano, vengono messi ad appassire fino a gennaio. Dopo la pigiatura il mosto viene messo a fermentare e maturare nelle barrique per circa 12 mesi. Il vino viene imbottigliato e fatto maturare in bottiglia per altri 12 mesi. ●