

Conversazione con ANTONIO PIVA

La figura e i suoi incarichi

Antonio Piva, imprenditore agricolo cremonese, è una figura di rilievo nel mondo della cooperazione agricola.

E' Presidente di Cremona Fiere, Vice Presidente di Fedagri Nazionale (*Federazione Nazionale delle Cooperative Agricole ed Agro alimentari*), Presidente di Fedagri Lombardia, Presidente di Confcooperative Cremona, Vice Presidente Nazionale UNALAT, Consigliere di E.N.P.A.I.A..

L'intervista

D. Signor Piva, il suo è un osservatorio privilegiato: consente di vedere quella parte di mondo Cooperativo legato all'agricoltura e all'allevamento. Come è cambiato questo mondo, nel tempo?

R. I cambiamenti, che nel tempo si sono verificati nel mondo cooperativo, sono diversi e profondi, soprattutto per chi ha occhi un po' esperti.

Tentando una sorta di schematizzazione, potremmo distinguere fra evoluzioni a carattere interno ed evoluzioni a carattere esterno.

Per quanto riguarda la prima direzione, i cambiamenti sono legati a ruoli e figure lavorative. L'agricoltore si connota sempre più come un vero e proprio imprenditore agricolo; le imprese cooperative hanno potenziato il loro management interno, nel quadro di una governance sempre più complessa e impegnativa. Si è, in parallelo, modificata la normativa di riferimento, che ha profondamente inciso sulla vita delle cooperative: basti pensare alla riforma del diritto societario del 2004, che ha portato alla revisione dei singoli Statuti.

Per quanto riguarda la seconda direzione, i cambiamenti esterni, invece, sono legati ai mutamenti sociali ed economici che incidono sia sulle imprese in generale sia sulle cooperative in particolare. Senza dubbio i fenomeni della globalizzazione e della concorrenza hanno fatto sì che il mercato di riferimento abbia esteso i suoi confini ad una dimensione internazionale e non coincida più solo con quello locale. Parallelamente si è affermata la duplice convinzione che i processi di innovazione sono una costante da perseguire, per non rimanere fuori dai mercati, e che i gusti e le esigenze dei consumatori impongono ulteriori scelte e nuove rotte.

Dentro questo mobile e articolato scenario posso però affermare che la cooperazione ha, seppur ammodernandole, mantenuto alcune caratteristiche, come il radicamento sul territorio, il principio della democrazia economica, l'attenzione alla qualità ed alla valorizzazione dei prodotti locali.

D. I valori orientano scelte e comportamenti; sono, a nostro parere, punti di forza e di riferimento se non si separano dalla prassi, cioè dal modo di agire nella realtà concreta.

Quali valori del passato vivono dentro il presente della Cooperazione? Quali si sono persi? Quali sono da rivitalizzare?

R. Parlare di valori è sempre impegnativo, ma direi che le caratteristiche principali che la cooperazione ha saputo mantenere sono quelle del legame con il territorio, dell'attenzione ai propri

soci e della cura delle proprie produzioni. Non parlerei inoltre di valori persi ma di aspetti da ri-valorizzare. Senza dubbio fra questi vi è la necessità di recuperare un po' di idealità della cooperazione, per non viverla come mero strumento finalizzato alla cura dei propri interessi. Questo richiamo è necessario perché bisogna credere nella cooperazione in quanto strumento che si basa sulle persone, prima che sui capitali. In questa direzione si colloca quella ripresa di iniziative formative, rivolte soprattutto a giovani operatori ed amministratori di cooperative, promossa da ConfCooperative.

D. Oggi, a Suo parere, negli scenari economici che caratterizzano la società, quale contributo la Cooperazione può dare alla crescita del Paese?

In definitiva, c'è ancora bisogno di Cooperazione? C'è bisogno, inoltre, di estendere la rete di relazioni fra questo mondo e altri produttori, inseriti in diverse realtà?

R. Rispondo a questa domanda citando semplicemente dati concreti. La cooperazione nel suo insieme dà un contributo al PIL pari a quasi l' 8% e questa quota è in crescita costante. La modernità della cooperazione è evidente sia nello sviluppo di molti elementi (particolarmente significativi sono il fatturato e il numero delle unità lavorative occupate), sia nel rilievo che le viene riconosciuto, anche dai mass-media, nell'affrontare eclatanti casi di crisi industriali di carattere nazionale (vedi i casi Cirio e Yomo), risolti, appunto, da interventi della cooperazione.

Per quanto riguarda la problematica delle relazioni, evidenzerei come la cooperazione debba sempre perseguire propositi di collaborazioni e sistemi a rete. Deve anche sapersi proporre come credibile punto di riferimento al mondo delle imprese agricole: oggi ci attende, infatti, la sfida delle bio-energie, sfida in cui ritengo che la cooperazione possa svolgere un ruolo eminente.

D. Pensando alle sfide dei mercati, all'apertura a Paesi lontani, crediamo che ogni Soggetto Economico debba attrezzarsi per fronteggiare il nuovo. Siamo convinti che decisiva sia la funzione dei Produttori, cui è giusto chiedere maggiori conoscenze, rinnovato sapere, capacità di essere parte attiva.

Lei concorda con questa visione? Quale ritiene debba essere, oggi, il profilo del produttore che aderisce ad una Cooperativa? Quali competenze deve avere?

R. Concordo con il senso della domanda e puntualizzo unicamente che la cooperazione sente il bisogno di avere produttori attivi e competenti, in grado di cogliere e rielaborare le fondamentali interconnessioni tra la vita della propria azienda e la vita della cooperativa. E' quindi per noi fondamentale che un produttore innanzitutto sappia far bene il proprio mestiere, nella sua azienda, e poi che conosca le peculiarità distintive della cooperazione e il suo mondo. Solo da questa conoscenza congiunta nasce la stima e la fiducia tra due attività imprenditoriali che scommettono su se stesse per darsi un futuro.

Poi, per stare al passo coi tempi, serve che il pacchetto delle competenze del produttore venga continuamente implementato in direzione "strategica", grazie alla conoscenza dei mercati e del loro andamento nazionale ed internazionale.

D. Soffermiamoci ancora sulla figura del Socio produttore. Le competenze favoriscono l'assunzione di responsabilità.

Secondo Lei, i Produttori possono rimodellare il loro ruolo nella direzione di un maggiore coinvolgimento, di un ampliamento del loro raggio d'azione? In questa direzione, lavorare per accrescere la redditività di una cooperativa, può favorire lo spirito d'iniziativa dei Soci, rinvigorendone la volontà di reinvestire?

R. E' assolutamente necessario che il singolo produttore ampli il proprio raggio d'azione.

In questo senso la cooperazione rappresenta una opportunità, perché gli offre la possibilità di riguadagnare “spazio” in un contesto economico che, altrimenti, lo vede e lo vedrà sempre più relegato ad un ruolo marginale.

Per quanto riguarda la redditività di una cooperativa, bisogna comprendere che questa si ottiene solo con investimenti nuovi e costanti, che possono anche richiedere sacrifici ai soci.

Se le dinamiche partecipative sono corrette (improntate alla trasparenza, all'informazione puntuale dei soci, ...), un agricoltore è in grado di capire come, dalla redditività della cooperativa, dipenda una buona parte del futuro della propria azienda e sa quindi trovare nuovi stimoli e nuove opportunità per la stessa. E' importante, quindi, la consapevolezza di questo “scambio” di prospettive fra azienda agricola e cooperativa.

D. Ci piace pensare, ad esempio, che all' 'alta qualità' dei nostri prodotti debba e possa corrispondere l' 'alta qualità' dei nostri doveri: fra questi la cura del prodotto finito, che non si esaurisce nella tutela e nell'attenzione al pacchetto di valori che lo contraddistingue (territorialità, rintracciabilità, origine...). Aver cura di un prodotto significa accompagnarlo sui mercati, premiandolo con l'incremento del suo valore di mercato.

Cosa può fare la Cooperazione, in questa prospettiva?

Gli Industriali (nazionali e non) si aggregano, procedono nella logica delle acquisizioni.... Il mondo della Cooperazione sta studiando forme di aggregazione, di sinergia o almeno di collaborazione per favorire la concorrenzialità dei suoi prodotti?

E quali progetti ha in cantiere per la loro promozione?

R. Rispondendo alla prima parte della domanda, è semplice sostenere che la cooperazione, poiché ha un vincolo inscindibile con il proprio territorio, deve valorizzarne al massimo le produzioni, in tutte le loro componenti (qualità, genuinità, salubrità, tutela ambientale, cura del processo produttivo...).

In questa direzione la cooperazione ha un ruolo importante (rispetto al quale deve ulteriormente crescere): deve imparare a comunicare meglio le caratteristiche e il valore delle proprie produzioni, uscendo, magari, da qualche campanilismo di troppo, nell'intento di cercare insieme, in modo coeso, le migliori strade per arrivare al consumatore.

Per quanto riguarda la seconda parte della domanda, essa è in piena “contemporaneità” con le riflessioni, con gli studi e coi progetti a cui ci stiamo dedicando. Una delle sfide consiste senza dubbio nella “crescita dimensionale” delle nostre imprese, per traguardare le economie di scala. Altra sfida è quella di caratterizzare sempre più la cooperazione come produttrice di prodotti di qualità e non di commodity o di generi indifferenziati o semilavorati.

Ulteriore progettualità è legata allo studio dei modi in cui rapportarsi alla distribuzione o essere in essa presenti, soprattutto a livello di G.D.O.

A questo ultimo punto si lega poi la necessità di elaborare una corretta strategia di comunicazione, che implica la capacità di presentarsi valorizzando sia i propri caratteri di distintività, sia la figura del cliente. Il cliente, infatti, per noi, non è solo un consumatore, ma una persona che, attraverso il suo rapporto col cibo, ricava nutrimento, salute, benessere, entra in contatto con le informazioni, la storia e le tradizioni del suo territorio, educa, grazie alla bontà dei prodotti e dei sapori, il gusto, ponendosi come soggetto culturale attivo.

(intervista curata da Zena Roncada, per CLAL)