

VENTURINA TERME AGRICOLTURA: NASCE «ORTO TOSCANA BIO»

Un progetto per la filiera biologica

Due milioni di investimenti per far decollare il piano in Val di Cornia

– VENTURINA TERME–
IL MERCATO chiama, almeno secondo i loro riscontri, e quindi a domanda si cerca di dare una adeguata risposta.

Nella convinzione che il futuro apra larghi spazi alla commercializzazione dei prodotti biologici, in Toscana ed in modo particolare sulla fascia costiera, nasce Orto Toscana Bio, un progetto che riunisce una rete di cooperative attive nel settore ortofrutticolo. Entro la fine del mese verrà presentata alla Regione la domanda per ottenere i contributi previsti dal piano di sviluppo rurale.

LA CONVINZIONE è che il progetto, che coinvolge alcune importanti realtà imprenditoriali toscane e emiliane, possa essere favorevolmente accolto entro i 120 giorni che la Regione si riserva per definire le iniziative finanziabili. Quindi dalla primavera del prossimo anno Ortofrutta Toscana Bio potrebbe iniziare la propria scalata al mercato.

PER QUESTO obiettivo sono previsti investimenti per due mi-

LE AZIENDE

Sono quindici i soggetti coinvolti nell'iniziativa da produzione a commercio

lioni di euro per raggiungere qualità nelle produzioni e per migliorare l'integrazione dei diversi soggetti operanti nell'ambito della filiera.

IL PROGETTO è stato presentato nella sede di Terre dell'Etruria a Venturina presenti, oltre al padrone di casa, il presidente Massimo Carlotti, Lauro Guidi di Agribologna, Sara Guidelli di Legacoop agroalimentare Toscana, Mirco Zannotti di Apofruit, Alvaro Crociani di Crpv.

MARIO Tamanti, dirigente di Apofruit, che ha illustrato nei det-

tagli il progetto, ha riferito che attualmente tra le aziende dirette che investono nel progetto (11) ed indirette che partecipano alle produzioni (4) sono già in buon numero i soggetti che intraprendono il cammino di Ortofrutta Toscana Bio. Altre aziende, soprattutto nel campo degli indiretti, dovrebbero aggiungersi in corso d'opera.

IL PIANO riunisce partner importanti (Agribologna, Apofruit, Canova, Conor, Cs Etruria, Terre dell'Etruria) che hanno la caratteristica, come ha rilevato Lauro Guidi, di non assolvere ad analoghe specifiche missioni.

QUINDI specializzazioni diverse che coprono le varie esigenze per il lancio e la presenza sul mercato. Si è badato quindi alla lavorazione e commercializzazione dei prodotti, alla organizzazione delle produzioni, alla concentrazione dell'offerta, alla qualificazione ed all'assistenza tecnica, alla ricerca ed alle tematiche dell'innovazione, alla comunicazione ed alla promozione delle produzioni.

F.B.



LA PRESENTAZIONE
Il piano è stato illustrato nella sede della «Terre d'Etruria»

