

# SISTEMA AGROALIMENTARE UN PATRIMONIO DI CIBO

Centinaia di prodotti tradizionali e varietà vegetali a marchio Igp, Dop e Doc  
Un'eccellenza che era in crescita (+1,7% nel 2019) e che ora prova a risollevarsi

**P**otrebbe essere un elenco senza fine: le olive Bella di Cerignola, la burrata di Andria, la patata novella di Galatina, il pane di Altamura, la focaccia barese, il caciocavallo silano. Il «sistema periodico» dell'agroalimentare pugliese può contare su 623 specie autoctone vegetali a rischio di estinzione, 276 prodotti riconosciuti tradizionali dal Mipaf, 11 prodotti Dop, 9 Igp, 29 vini Doc e 6 Igp, oltre a 632 varietà vegetali anche queste a rischio. Ma attorno a ognuno di questi elementi, come nel romanzo di Primo Levi («Il sistema periodico»), ogni pugliese sarebbe in grado di raccontare una storia diversa fatta di ricordi, tradizioni, abitudini familiari.

Perché l'agroalimentare pugliese questo è: una storia a sé, un «enorme patrimonio» come lo definisce Coldiretti Puglia che registra sul territorio anche 245 mila ettari di aree naturali protette, di cui il 75,8% rappresentato da parchi nazionali — del Gargano e dell'Alta Murgia — e l'8,3% da aree naturali e riserve naturali marine. Oltre ad essere tra le prime 3 regioni produttrici di cibo biologico con 4.803 produttori. Le provincie che presentano la più alta percentuale di territorio soggetta a protezione sono quella di Foggia (51,5%) e Bari (27,7%) ed è in questi luoghi protetti che la varietà vegetale comprende 2.500 specie. Non si può parlare della Puglia senza parlare dell'agroalimentare e del «U sgrana-torie de le barise», per citare Alfredo Giovine e Alessandra Minervini che lo ha ricordato nella sua guida, appena pubblicata («Bari, una guida», Odos editore), dove a cibo e vino viene riservato un posto d'onore: tielle, frise, latticini, scamorze, rape, fave e cicorie, cialde, taralli, panzerotti, Primitivo di Manduria, Fiano pugliese, olio extravergine. Si parla di Bari per parlare della Puglia che nel 2019 ha esportato prodotti per oltre 2 miliardi di euro. Il valore delle produzioni agricole l'anno scorso è tornato a crescere del 22% rispetto al 2018, principalmente grazie al recupero della filiera olivicola e olearia, dopo le gelate dell'anno prima con un aumento

del 128%. Ma ovviamente l'emergenza del Coronavirus ha avuto i suoi effetti con i magazzini di stoccaggio pugliesi pieni di oltre 70 milioni di litri di olio extravergine di oliva (+128% rispetto all'anno scorso). La regione infatti ha un patrimonio di 60 milioni di ulivi su una superficie di 383 mila ettari, con la cosiddetta PLV (Produzione Lorda Vendibile) del comparto olivicolo-oleario pari al 20% della totale PLV del settore agricolo totale.

## L'annata

Il 2019 era stata una buona annata con il valore aggiunto dell'agroalimentare che, in base ai dati Istat, aveva registrato una crescita dell'1,7% insieme all'aumento delle principali produzioni agricole regionali. All'incremento della produzione di olive e olio alimentare, si era aggiunto anche quello della produzione di cereali, grazie all'andamento positivo di frumento, orzo, avena. Aumentata anche la produzione di uva da tavola.

Poi però è arrivato il Covid a cui si sono aggiunti gli effetti delle improvvise gelate di aprile e della successiva siccità che da mesi assetta ad esempio il Foggiano, zona dove viene prodotta la maggior parte del grano italiano. Le perdite sono notevoli e non solo per il grano: perso un frutto su tre con il crollo dei raccolti fino al 90% delle ciliegie primizie e della «Ferrovia», ma anche dalle pesche alle nettarine (-28%) fino alle albicocche (-58%), ed un rincaro dei prezzi

di **Corinna De Cesare**



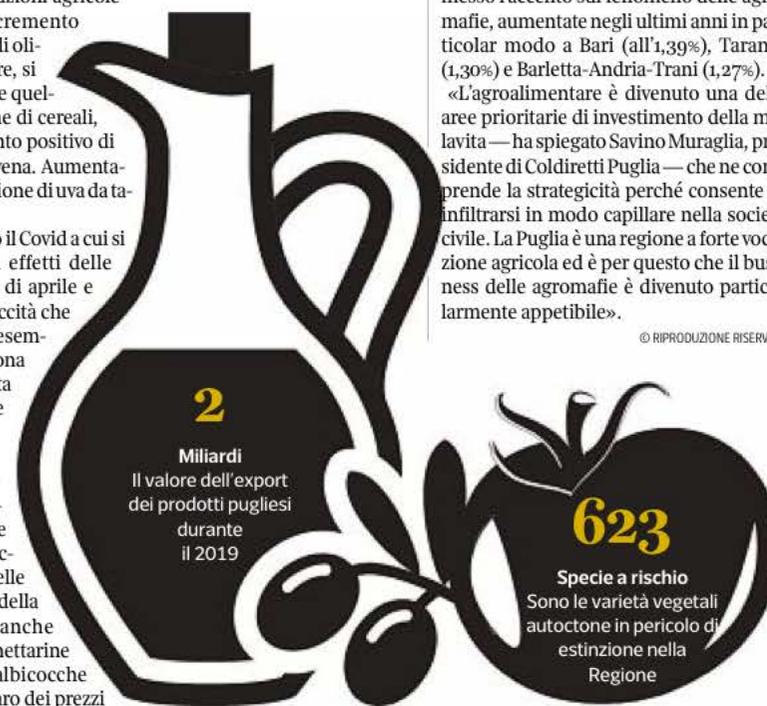
**Territorio**  
Savino Muraglia,  
presidente di Coldiretti  
Puglia: nella Regione  
245 mila ettari di aree  
naturali protette da  
tutelare

al consumo. Gli agricoltori cercano di difendersi con le reti di copertura, con le coltivazioni in serra e con la manutenzione di terreni e canali e serre ma spesso ormai la furia delle tempeste è così violenta da far esplodere le protezioni, distruggere frutta e ortaggi e gonfiare d'acqua i terreni provocando pericolosi smottamenti.

E così la Puglia convive da sempre con un vero e proprio paradosso idrico: da un lato è dilaniata dalla siccità e dall'altro è colpita da alluvioni e piogge torrenziali, con l'aggravante che l'acqua non viene riutilizzata a fini irrigui, a causa della carenza e in alcune aree mancanza di infrastrutture ad hoc. Un altro male dell'agroalimentare pugliese è la malavita: «la Puglia è al terzo posto della classifica nazionale, con un livello di infiltrazione criminale pari all'1,31» ha fotografato Coldiretti che ha messo l'accento sul fenomeno delle agromafie, aumentate negli ultimi anni in particolare modo a Bari (all'1,39%), Taranto (1,30%) e Barletta-Andria-Trani (1,27%).

«L'agroalimentare è divenuto una delle aree prioritarie di investimento della malavita — ha spiegato Savino Muraglia, presidente di Coldiretti Puglia — che ne comprende la strategicità perché consente di infiltrarsi in modo capillare nella società civile. La Puglia è una regione a forte vocazione agricola ed è per questo che il business delle agromafie è divenuto particolarmente appetibile».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## Su **corriere.it** Emiliano, Decaro e imprenditori

**P**rovare a ripartire dopo il lockdown da turismo, agroalimentare e moda. Con l'incognita dei settori industriali, in particolare quello siderurgico che ha nell'ex Ilva il punto di riferimento più importante a livello nazionale. E senza tralasciare l'innovazione, che di ogni ripresa è sempre il motore con più cavalli. La Puglia è la nuova tappa degli appuntamenti dell'Economia d'Italia in versione digitale, il viaggio in cui *L'Economia del Corriere della Sera* incontra le imprese di tutta Italia che raccontano idee e progetti per la ripresa del Paese.

L'appuntamento digitale pugliese — che si potrà seguire sul sito *corriere.it* a partire dalle 10 di oggi, sarà aperto da tre interviste al presidente della Regione Puglia Michele Emiliano (che parlerà delle aspettative sulla stagione turistica, degli aiuti alle imprese in crisi e degli effetti del lockdown sull'occupazione), al sindaco di Bari e presidente dell'Ance Antonio Decaro (che spiegherà la ripartenza di Bari dalla Fiera del Levante e le difficoltà dei Comuni per i bilanci martoriati dal Covid) e ad Alberto Pedrolì, responsabile Macro Area Territoriale Sud di Ubi Banca (che parlerà della situazione del credito al Sud). A seguire una tavola rotonda — moderata dai giornalisti del *Corriere della Sera* Massimo Fracaro (responsabile editoriale de *L'Economia*) e Michelangelo Borriello — alla quale parteciperanno Sergio Fontana, presidente di Confindustria Bari-Bat, Pippo Cannillo, presidente e amministratore delegato di Maiora Despar Centro-Sud e Michele Loperfido, amministratore delegato Gruppo Master.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La storia

# Didattica mista: lezioni sulla nuova scuola fra tablet e banchi

**L**a vendita e la formazione vanno spesso di pari passo. Michele Gigli, classe 1971, è un imprenditore barese a capo di C&C, un gruppo di 32 negozi, tra cui Apr (Apple Premium Reseller, venditore autorizzato di prodotti Apple), centri di assistenza autorizzati Apple e premium service provider, presenti in tutta Italia.

L'imprenditore ha aperto il suo primo punto vendita per smartphone e dispositivi tecnologici nel centro di Bari nel 2006. Oggi il marchio C&C è diventato il più grande centro di assistenza e venditore Apple d'Italia.

I negozi fisici, in dieci regioni italiane, sono diventati 32 considerando anche i



**Assistenza**  
Michele Gigli,  
amministratore  
delegato della C&C  
di Bari. Fornisce  
dispositivi Apple  
e formazione alle scuole

tre nuovi store che verranno inaugurati a luglio a Genova, Lavagna e La Spezia, grazie all'acquisizione da parte di C&C del gruppo ligure (Apr Raffo), uno dei primi distributori in Italia del marchio Apple.

Con 160 milioni di euro di fatturato dichiarati e 245 dipendenti, l'azienda si è distinta negli anni, oltre che nella vendita di dispositivi tecnologici come l'iPad anche nel settore dell'education e nelle didattiche a distanza.

«A partire da settembre, grazie ai nostri docenti, formatori certificati Apple, porteremo nelle scuole di tutta Italia una nuova serie di dimostrazioni — dice Joshua Miolli, education manager

di C&C —. Saranno orientate alla didattica mista, sia in presenza che a distanza, per soddisfare le nuove necessità emerse dopo l'emergenza da Covid-19».

In pratica, il gruppo «accompagnerà l'implementazione tecnologica nella scuola a ogni livello, dall'infrastruttura alla formazione dei docenti».

«Portando la tecnologia nelle scuole vogliamo cambiare la didattica con gli strumenti Apple, resi ancora più sicuri dalle possibilità per i docenti di inibire determinate funzioni dei dispositivi — dice Michele Gigli, amministratore delegato di C&C —. Il nostro team conta su una parte commerciale, ma soprat-

tutto su docenti che sperimentano quotidianamente i dispositivi secondo lo spirito della casa madre di Cupertino. Si condividono le esperienze fatte in aula, le opportunità e le capacità attrattive della tecnologia a favore della scuola. Siamo inoltre i primi in Italia e decimi in Europa per penetrazione di prodotti Apple nella scuola».

Tra gli strumenti che il team Education di C&C mette a disposizione, per continuare a insegnare anche durante l'emergenza sanitaria, ci sono anche i webinar gratuiti, videolezioni, classi virtuali, condivisione di contenuti.

**Barbara Millucci**  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

# IL COMMERCIO RILANCIATO TUTTE LE CASSE SONO APERTE

La grande distribuzione alimentare al Sud durante la pandemia ha investito in sicurezza, commercio elettronico e nuovi punti vendita, con un occhio alla sostenibilità ambientale. Risultato: più occupazione e taglio dei consumi energetici. Così il supermarket sta cambiando

di **Vito Fatiguso**

**N**on solo lockdown e blocco dell'economia. L'emergenza Covid-19 ha prodotto effetti differenti a seconda dei settori. Chi ha realizzato ottime performance è il comparto della distribuzione alimentare che ha beneficiato della chiusura prolungata delle attività di ristorazione. Così anche in Puglia i principali gruppi guardano al futuro con ottimismo.

Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud con sede a Corato (472 punti vendita Despar, Eurospar ed Interspar e oltre 2.800 collaboratori), prosegue nel percorso di crescita an-

**Luci a led, fotovoltaico, attenzione al «fresco» con prodotti locali Il restyling è partito**

che nel duro primo semestre 2020, con un incremento di circa il 15% del giro d'affari alle casse. Le mosse? Nuove aperture, restyling e valore all'e-commerce.

**Continuità**

«Il 2020 resterà un anno caratterizzato dall'emergenza Coronavirus — dice Pippo Cannillo, presidente e amministratore delegato di Maiora —. Siamo stati pronti nell'attuare tutte le misure a tutela della salute e sicurezza della nostra forza lavoro e dei consumatori, all'interno dei

nostri punti vendita. Abbiamo assicurato, seppure con enormi sforzi, la continuità in tutte le attività necessarie a garantire un adeguato livello di servizio. Abbiamo mantenuto inalterate o addirittura rafforzato tutte le risorse necessarie a supportare, sia commercialmente che logisticamente, gli oltre quattrocento



punti di vendita».

Il piano di sviluppo 2019-2021 di Maiora, partito all'insegna degli investimenti nel canale cash & carry (con l'espansione dell'Insegna Altasfera in Puglia a San Cesario di Lecce e Monopoli), si completerà con lo stanziamento di ulteriori 70 milioni per la crescita e il riassetto della rete per un totale di sei nuove aperture e 20 ristrutturazioni. Un progetto ampio e ambizioso che Maiora prevede porterà il giro di affari a crescere del 20% entro la fine del 2020, raggiungendo il miliardo di euro alle casse. L'azienda registra poi una crescita del 25% del servizio e-commerce, attivo su 20 piazze tra Puglia, Basilicata, Abruzzo e Calabria e particolarmente rilevante per i consumatori durante la pandemia (più otto nuove aree in soli tre mesi). «Guardiamo al futuro con ottimismo, nonostante le difficoltà e con notevoli sforzi profusi — dice Cannillo —. Abbiamo programmato investimenti importanti che ci permetteranno di crescere ancora nel nostro Sud che ci ha dato tanto e verso il quale ci sentiamo responsabili».

Sulla stessa linea il gruppo Megamark di Trani. Due nuovi supermercati di proprietà aperti in giugno per un investimento di oltre 15 milioni e 83 nuovi occupati. I punti vendita sono stati aperti a Cerignola e a Conversano e sono realizzati secondo i dettami della sostenibilità ambientale e dotati di impianti fotovoltaici per contribuire al fabbisogno energetico dei negozi, dimezzato grazie all'uso di



**Volti/1**

Pippo Cannillo, ceo e presidente di Maiora



**Volti/2**

Giovanni Pomarico, presidente di Megamark

banchi frigo ad alta efficienza energetica e luci a led. A disposizione dei clienti tutte le aree del fresco con un'attenzione particolare ai prodotti del territorio e un servizio di prenotazione di piatti gastronomici pronti, pensato anche per le ricorrenze da festeggiare in casa.

**Aperture**

L'apertura del Famila Superstore rientra nel piano di sviluppo di Megamark — leader della distribuzione moderna nel Mezzogiorno con 1,7 miliardi di ricavi nel 2019, 5.500 addetti e oltre 500 punti vendita A&O, Dok, Famila e Sole365 — che prevede, tra il 2019 e il 2021, un investimento di 85 milioni per dieci nuove aperture in Puglia, 20 ristrutturazioni e circa 160 nuovi collaboratori. «Guardiamo al domani con ottimismo, dopo un intenso e faticoso periodo a causa dell'emergenza Covid per il quale ringrazio ancora i miei collaboratori e i clienti — dice Giovanni Pomarico, presidente del gruppo Megamark —. Riprendiamo con entusiasmo il programma di sviluppo, lieti di dare un contributo in termini di occupazione in territori a noi particolarmente cari e poter fare qualcosa di concreto, in questo senso, per la ripartenza del nostro Sud. È in corso un importante cambiamento. Il mercato ha bisogno di reinterpretare il futuro: proporre nuove soluzioni, cercare strade nuove, offrire diverse esperienze di acquisto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Il mondo del credito**

## Da Ubi finanzia d'emergenza per 150 milioni

di **Stefano Righi**

**T**ra famiglie e pmi. Il percorso di Ubi Banca in Puglia, ma più generalmente nel Mezzogiorno d'Italia, è una navigazione tra questi due approdi. Oggi, in una regione squassata dal crac della Banca Popolare di Bari, Ubi gioca un ruolo rilevante nel sostenere la piccola imprenditorialità e le necessità di finanziamento dei nuclei famigliari.

Le cinque regioni meridionali in cui la banca opera, Campania, Calabria, Molise, Basilicata e Puglia compongono la Macro Area Sud, affidata alla responsabilità di Alberto Pedrolì, 55 anni, nel gruppo dal 1986, quando entrò giovanissimo nell'organico dell'allora Credito Varesino, la banca della sua città.

«Se vogliamo focalizzarci sull'area pugliese — dice Pedrolì — Ubi conta in questa regione 74 filiali e quasi 600 dipendenti, con tre direzioni territoriali e tre centri corporate a Lecce-Brindisi, Bari e Foggia. Proprio questi centri rappresentano la quotidiana volontà di assistere e stare vic-



**Mezzogiorno**

Alberto Pedrolì, varesino, classe 1965, è il responsabile della Macro Area Sud di Ubi. In Puglia, tre i centri impresa: Brindisi-Lecce, Bari, Foggia

ni a una imprenditoria dinamica, che ha saputo aprirsi al mercato e che guarda con fiducia al termine di questa terribile crisi pandemica. Purtroppo in Puglia in questo momento si stanno sommando anche gli effetti della crisi della Banca Popolare di Bari, che si riflette negativamente come percezione anche su tutti gli altri attori nel mercato del credito. Un ostacolo in più, che noi cerchiamo di superare dimostrando quotidianamente una maggiore vicinanza alla clientela».

Vicinanza che, nei mesi terribili della pandemia, hanno portato Ubi a erogare finanzia d'emergenza per la piccola e la piccolissima impresa in proporzione superiore alla propria quota di mercato, grazie a un software elaborato internamente da una partecipata del gruppo che ha permesso di abbattere i tempi di lavorazione delle pratiche. I famosi finanziamenti da 25 mila euro hanno così visto Ubi deliberare nelle settimane del lockdown circa 2 mila pratiche per una cifra complessiva di

erogato di poco inferiore ai 50 milioni di euro.

Oggi che l'emergenza sembra messa alle spalle, Pedrolì con il suo team lavora soprattutto per sostenere i piani di ripartenza della media impresa. L'attività si inserisce nel più generale piano dell'istituto che, con il progetto «Rilancio Italia», ha messo a disposizione delle imprese 10 miliardi di euro, anticipando il primo decreto governativo di sostegno alle imprese. «Oggi guardiamo in due direzioni — evidenzia Pedrolì — da un lato il consolidamento delle imprese e dall'altro la provvista di liquidità. Il primo tipo di operazioni hanno garanzia pubblica all'80 per cento, che per le seconde arriva al 90 per cento. Sono interventi che guardano a un orizzonte temporale più allungato, che arriva almeno a fine anno e che richiedono un intervento più articolato da parte della banca, anche se non mancano le opportunità, soprattutto per le imprese più dinamiche e orientate all'estero. Abbiamo già

erogato oltre 5 milioni di finanziamenti abbinandoli alla garanzia Sace, visto che è importante che oggi le aziende abbiano una prospettiva per cui lavorare».

Soprattutto perché, sebbene garantiti e selezionati, si sta parlando di finanziamenti, ovvero di debiti, che qualcuno in un arco di tempo ragionevole dovrà restituire. «Noi comunque ci siamo, siamo pronti — sottolinea Pedrolì — e lo dimostra il fatto che proprio in queste durissime settimane che ci lasciamo alle spalle, tra pratiche di consolidamento e di liquidità abbiamo assistito circa 350 aziende, erogando oltre 100 milioni di euro che portano a 150 milioni il totale erogato in risposta agli effetti più urgenti della pandemia».

La radice fortemente territoriale del gruppo, che nasce tra Bergamo e Brescia ma che al Sud ha da sempre, in Puglia come in Campania soprattutto, una qualificata presenza che muove dalle istanze del credito popolare, sono una carta in più sul fronte dell'affiancamento delle aziende più dinamiche come delle famiglie e delle loro esigenze di finanziamento. Una radice che proprio nei momenti più difficili ha messo in evidenza la propria profondità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA