

Relazione del Presidente Manini

Assemblea 2022

Bilancio d'esercizio 2021

Nell'aprire questa Assemblea voglio subito ringraziare tutti i partecipanti ma anche tutti coloro che hanno reso possibile l'attività del Consorzio, ed in particolare tutti coloro che hanno cercato di venire incontro in qualche modo agli allevatori, funzionari Regionali, Ministeriali, Provinciali, ecc. inoltre, voglio ringraziare i consumatori che tramite l'e-mail del sito ci chiedono continuamente informazioni, ci segnalano problemi di commercializzazione, ci incoraggiano, perché, ad esempio, avendo acquistato una volta un ottimo prodotto, ci scrivono, dove lo possono ritrovare di nuovo.

Voglio ringraziare anche tutti quei potenziali consumatori che con curiosità si informano preventivamente, utilizzando il QR code, sull'origine del prodotto e che potrebbero successivamente acquistare.

Tramite il QR code le statistiche del sito web ci dicono che abbiamo molti contatti giornalieri di consumatori, che non significa che acquisteranno sicuramente il nostro prodotto, ma che sono sicuramente curiosi di conoscere l'origine e siamo sicuri che la volta successiva proveranno ad acquistarlo.

Ora Voglio rivolgermi ai miei colleghi allevatori che hanno attraversato un periodo molto difficile e che hanno resistito e resistono ancora nel portare avanti l'allevamento.

Voglio ricorda le importanti conseguenze negative che dal 2020 ha avuto e che ancora ha, nel settore delle carni di agnello, la pandemia da Covid 19.

In particolare il forte contraccolpo avvenuto nella filiera delle carni ovine dopo la chiusura delle mense scolastiche e della ristorazione, attività che solo pian piano stanno riprendendo.

Contraccolpi che sono giunti anche nell'ambito consortile, infatti alcune iniziative consortili sono state annullate, soprattutto nelle scuole alberghiere e nelle manifestazioni fieristiche proprio causa la pandemia.

Il Consorzio ha comunque, pur con le difficoltà del caso, svolto la propria attività.

Fatta tale premessa informo che il numero dei soci al 31 dicembre 2021 risulta essere pari a 321, di cui 319 allevatori e 2 mattatoi.

I capi certificati sono stati un totale di 63.190, per cui la quota a capo certificato stabilita in euro 0,50 erga omnes, sempre per la tutela, promozione e vigilanza è stata pari ad euro 31.595,00 posti a carico degli allevatori.

I mattatoi soci hanno macellato, n 13.829 capi pari al 21,88% di tutti i capi IGP.

Gli stessi mattatoi soci hanno pertanto contribuito per euro 1.175,47 per le quote erga omnes, pari al 21,88% della percentuale max del 17% da attribuire alla categoria mattatoi.

Per cui il valore delle quote (erga omnes) da destinare alle spese di tutela, promozione e vigilanza è risultata di € 32.770,47 mentre le quote associative annuali al consorzio (di 319 allevatori, 2 mattatoi e 0 sezionatori) sono state di euro 16.050,00. I costi della vigilanza, tutela e promozione sono a carico della categoria degli allevatori è pari al 96,42% mentre restano a carico delle categorie macellatori il 3,58%.

Le attività ed i relativi costi si possono così riassumere:

ATTIVITA' DI VIGILANZA

Il Consorzio anche per l'anno 2021 ha messo in atto l'attività di vigilanza attraverso la convenzione con il Consorzio di Tutela dell'Agnello di Sardegna per l'avvalimento congiunto del medesimo agente Vigilatore per lo svolgimento dell'attività di cui all'art. 14 comma 15 L. 526/99. L'attività è stata svolta dalla dott.ssa Patrizia Pitzalis, operatore da diversi anni nell'attività di Vigilanza per conto del più importante consorzio di Tutela delle carni di Agnello ad Indicazione Geografica Protetta.

La convenzione è costata al Consorzio la cifra di euro 2.000.

Collaborazione che ha permesso una notevole riduzione dei costi. Anche questa attività è stata notevolmente condizionata dalla pandemia relativa al coronavirus, l'attività oltre che da parte della professoressa Pitzalis è stata realizzata anche con la collaborazione del Consorzio stesso, sia con sopralluoghi in molti punti vendita per rilevare direttamente sia la corretta presenza su volantini, sia la disponibilità del prodotto sui banchi o sugli scaffali, dove spesso si è dovuto prendere atto, in molte realtà, che il prodotto agnello era proprio assente o qualora presente, di origine né IGP né nazionale, ma soprattutto d'importazione da altri paesi EU, sia con un costante monitoraggio nei siti web di spesa online.

I consumatori, viste le limitazioni di spostamento dovute alla pandemia, hanno privilegiato la spesa da remoto nei siti di vendita online, ed è stato evidenziato che spesso sono state omesse le informazioni ai consumatori sul paese di nascita, di allevamento e di macellazione degli agnelli, previste dalla normativa vigente, che equipara la vendita online alla vendita in negozio.

Abbiamo constatato che questo comportamento crea confusione presso i consumatori e rende difficoltosa la rintracciabilità, inoltre contribuisce a svilire le Indicazioni Geografiche.

L'attività è quindi consistita nel ricercare la referenza Agnello del centro Italia nel web e poi nel richiedere la documentazione comprovante l'introduzione della IGP nei Punti di Vendita.

Per questa attività il consorzio ha speso complessivamente nell'anno 2021 € 5.097,73

ATTIVITA' DI TUTELA

L'attività di tutela è consistita sostanzialmente nell'acquisto di fascette numerate per l'identificazione dei capi certificati.

Per questa attività il Consorzio ha speso euro 2.469,70.

ATTIVITA' DI PROMOZIONE

Anche nell'anno 2021 la pandemia ha inciso profondamente sulle le attività promozionali sia nelle scuole che nelle iniziative fieristiche.

Fortunatamente sono state concluse, dopo due proroghe, alcune attività previste e finanziate nel Programma P.S.R. Abruzzo, Misura 3. - Sottomisura 3.2 – Regimi di qualità dei prodotti agricoli e

alimentari – anno 2019. Titolo del Progetto “L’agnello del centro Italia IGP – promozione della qualità e dell’origine” Codice Unico del Progetto (CUP) C54119000870007.

Si è conclusa la campagna promozionale televisiva su RETE 8, con una nuova trasmissione, la replica delle precedenti trasmissioni e spot pubblicitari che ha permesso insieme al sito Web una comunicazione diretta con il consumatore ed i distributori come le macellerie che hanno avuto a disposizione materiale prodotto tramite il progetto.

La campagna promozionale televisiva, realizzata sulla RETE 8, ha avuto un buon successo di ascolto, con una media di circa 70.000 utenti, oltre alla messa in onda delle relative repliche serali e la realizzazione di 30 spot pubblicitari.

Anche quest’anno la campagna televisiva ha valorizzato, con interviste, anche la distribuzione tramite le macellerie e della vendita diretta degli allevatori.

Anche nel 2021 nel settore dell’agroalimentare, si sono molto sviluppati sistemi di valorizzazione e vendita telematica, il consorzio ha promosso un sistema molto innovativo per conoscere dove trovare il prodotto sia in vendita sia da consumare presso la ristorazione e gli agriturismi.

Per questa attività il consorzio ha speso nell'anno 2020 un totale di € 47.433,90.

La situazione di forte incertezza, dovuta alla pandemia, oltre che ultimamente, anche al conflitto tra Russia ed Ucraina, porta sconforto e tristezza in ognuno di noi, tristezza che non può che ripercuotersi nelle scelte di consumo che penalizzano certamente l’acquisto di prodotti IGP o DOP rispetto ad altri di minore qualità, scelte che potrebbero ripercuotersi anche sulle entrate del consorzio e di conseguenza anche sulle attività stesse da prevedere e sostenere economicamente.

Nel corso del 2021 è praticamente terminata la fase di liquidazione dell'ex Comitato Promotore, il quale ha ulteriormente versato nelle casse del Consorzio circa 8.000 euro, oltre ai già 50.000 circa versati in precedenza. Questo ci ha permesso di avviare iniziative senza ricorrere ad anticipazioni bancarie che avrebbero potuto avere anche una durata di due anni in considerazione del fatto che il quadro delle certificazioni si ottiene non prima della metà del mese di febbraio dell'anno successivo e gli incassi effettivi delle quote iniziano pertanto oltre tale data

Infine voglio riprendere i riferimenti ai sensi del D.M. del 12 settembre 2000, n.410 art.I i costi derivanti dalle attività attribuite ai sensi dell'art. 14 comma 15 e ss. Della legge 21 dicembre 1999 n.526 (Promozione, Tutela e Vigilanza) sono posti a carico di tutti i soggetti che aderiscono al Consorzio; dei soggetti che, anche se non aderenti al Consorzio, (erga omnes) appartengono alle corrispondenti categorie (allevatori, macellatori e sezionatori) individuate all' articolo 4 del D.M. n. 61413 del 12 aprile 2000.

Voglio anche ricordare che la quota da porre a carico di ciascuna categoria della filiera non può superare la percentuale di rappresentanza fissata per la categoria medesima dall'articolo 3 del D.M. 61414 del 12 aprile 2000 (ossia 66 % minimo per gli allevatori, 17 % per i macellatori e 17% per i sezionatori confezionatori).

Nell'ambito della quota posta a carico di ciascuna categoria, ogni soggetto appartenente alla categoria medesima dovrà contribuire con una quota commisurata alla quantità di prodotto controllata dall'organismo di controllo privato o dall'autorità pubblica designata per il prodotto specifico, ed idonea ad essere certificata a IGP.

Sono a carico delle categorie individuate art. 4 del D.M. 61413, art.I, le quote qualora non coperte, riservate alle categorie, diverse dalle predette, individuate all' art.2 del D.M. n. 61414 del 12 aprile 2000.

Infine ricordo che i costi consortili relativi alle attività non rientranti tra quelle individuate al comma 15 dell'art.14 della Legge 21 dicembre 1999 n.526 (promozione tutela e vigilanza),

graveranno esclusivamente sui soci del Consorzio, mai potranno essere posti a carico dei soggetti non consorziati.

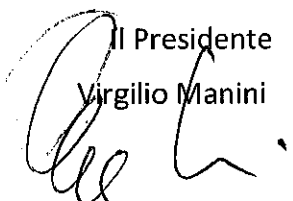
I costi consortili sono sostenuti esclusivamente dai soci con un pagamento di una quota annuale di € 50 cadauno.

A conclusione voglio ringraziare di nuovo tutti gli intervenuti ed auspico che il Consorzio sia sempre di più in grado di promuovere il consumo di questa carne ottima per tutta la famiglia sia che possa favorire la stipula di un patto tra consumatori e pastori sia per garantire un prodotto di qualità in cambio di una tutela dell'ambiente.

Grazie per l'attenzione.

Il Presidente

Virgilio Manini

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Virgilio Manini', is written over the typed name.