

comunicato stampa n. 101

Le eccellenze in Italia

Rimini, 26 agosto 2025 – Il Meeting di Rimini ha ospitato un incontro dedicato a uno dei tratti più identitari del nostro Paese: l'agroalimentare come eccellenza italiana. L'appuntamento dal titolo «Le eccellenze in Italia» ha riunito protagonisti del settore, dalle imprese ai consorzi, fino alle istituzioni, per riflettere sulle radici e sul futuro di un comparto che genera valore economico, culturale e sociale. «L'agroalimentare è una eccellenza che si esprime attraverso migliaia di protagonisti, si declina secondo le specificità di ogni azienda, prodotto, settore e territorio e che produce non solo alimentazione, ma anche occasioni di lavoro, salute, cultura, turismo qualificato e gusto per la vita», è stato sottolineato in apertura. In questa prospettiva, la nozione stessa di eccellenza è stata collegata a una parola-chiave: civiltà. La riflessione ha preso le mosse da un interrogativo fondamentale: come nasce l'eccellenza, quali condizioni ne permettono lo sviluppo e perché è vitale sostenerla in un mondo segnato da crisi geopolitiche, cambiamenti climatici e trasformazioni economiche?

La sfida di una multinazionale nella patria dello slow food

La prima voce è stata quella di Giorgia Favaro, amministratrice delegata di McDonald's Italia, che ha voluto rispondere a un interrogativo spontaneo: che cosa c'entra il marchio globale del fast food con le eccellenze italiane? «Ci tengo a far sapere a tutti che una delle peculiarità di McDonald's è quella di essere fortemente radicata nel territorio. Operiamo in Italia con oltre 160 imprenditori locali che gestiscono il 90% dei nostri ristoranti e la maggioranza dei nostri fornitori è italiana». Un modello definito "sgabello a tre gambe", composto dall'azienda, dai licenziatari e dai fornitori. «Abbiamo instaurato da anni un rapporto stretto con la filiera agroalimentare italiana: il caffè è di Ottolina a Milano, il pollo e le uova da Amadori, la carne da Inalca, il bacon da Fratelli Beretta, le arance da Oran Frizzer, l'insalata da Sav Portofrutta». Favaro ha spiegato come l'incontro con consorzi di tutela DOP e IGP, attraverso Origin e Fondazione Qualivita, abbia permesso di inserire nei menù prodotti tipici italiani. «Negli ultimi anni siamo riusciti a valorizzare ben 24 DOP e IGP, come la cipolla di Tropea e la pera dell'Emilia-Romagna. Questo ci consente di offrire qualità e di far conoscere le eccellenze territoriali ai giovani». Ha citato anche collaborazioni nate in momenti di difficoltà per alcune filiere: «Abbiamo introdotto il pomodoro di Pachino IGP nelle nostre insalate in un periodo critico per i produttori, contribuendo a sostenerli». In questo senso, McDonald's Italia investe ogni anno oltre 400 milioni di euro nella filiera agroalimentare nazionale. «Offriamo un pasto accessibile a tutti, ma lo facciamo puntando sulla qualità italiana, con benefici concreti anche per i nostri partner».

La persona al centro dell'eccellenza

Communication Partner

COMIN & PARTNER

News Agencies Partner



ask@news

>> Italpress



Gianmaria Bettoni, presidente di Impresa Persona Agroalimentare, ha affrontato il tema delle radici dell'eccellenza. «Quando pensiamo all'agroalimentare italiano ci vengono in mente i prodotti. Ma quei prodotti sono il frutto dell'eccellenza degli imprenditori agricoli. Il fattore generativo è sempre la persona». Secondo Bettoni, l'attitudine naturale dell'uomo ad eccellere deve essere sostenuta ed educata: «Raggiungere e mantenere l'eccellenza richiede passione, sacrificio, capacità di intraprendere. Ecco perché è fondamentale creare contesti che sostengano gli imprenditori». Ha ricordato come la storia dell'agroalimentare italiano sia fatta di territori che educano e generano personalità. «Pensiamo alle DOP e alle IGP: ciò che lega un prodotto a un territorio non sono solo i fattori naturali, ma il fattore umano, cioè gli imprenditori che in quel territorio vivono e lavorano». Ha richiamato anche l'esperienza dei monaci benedettini, capaci di trasformare materie prime comuni in prodotti innovativi, esempio antico di come una comunità possa generare eccellenza. Per Bettoni, eccellere significa anche alimentare la speranza e l'intrapresa: «L'Italia ha bisogno di superare la paura di rischiare, incoraggiando i giovani a mettere a frutto i propri talenti».

Orogel: innovare per custodire il futuro

Bruno Piraccini, presidente di Orogel, ha raccontato la nascita e lo sviluppo dell'azienda cooperativa, oggi leader nel settore dei surgelati. «Sessant'anni fa ci siamo posti il problema della deperibilità dell'ortofrutta fresca e abbiamo scelto la via della surgelazione per garantire qualità e potere nutrizionale». Piraccini ha ricordato come il successo sia stato costruito con gradualità, grazie alla coesione degli agricoltori e alla capacità di innovare. «Negli ultimi cinque anni abbiamo investito circa 300 milioni di euro, anche grazie al PNRR. Oggi siamo presenti in Romagna, Veneto e Basilicata e surgeliamo i prodotti vicino ai luoghi di raccolta, per conservare intatti i valori nutrizionali». Orogel affronta oggi sfide decisive: mancanza di manodopera, eventi climatici estremi, ricambio generazionale. «Il nostro obiettivo è sostenere gli agricoltori con tecnologia, formazione e innovazione. Essere eccellenza significa fare bene ogni giorno le piccole cose, ma anche promuovere una cultura del noi: in una cooperativa ciascuno è protagonista, dal primo produttore al dipendente. Solo con coesione si cresce».

Grana Padano: qualità che resiste alle crisi globali

Stefano Berni, direttore generale del Consorzio Grana Padano, ha ricordato l'origine antica del formaggio, nato nel 1134 nell'abbazia di Chiaravalle come risposta al problema dello spreco del latte. Ha poi raccontato la battaglia commerciale legata ai dazi statunitensi: «Da cinquant'anni i nostri formaggi pagano un dazio del 15%. Con l'aggiunta di ulteriori dazi, temevamo un crollo delle esportazioni. Grazie all'impegno della politica italiana e della Premier Meloni il rischio è stato scongiurato». Oggi il Grana Padano è il prodotto DOP più esportato al mondo. «A maggio il 53% della produzione è stata destinata ai mercati esteri. La remunerazione del latte per il Grana Padano è la più alta in Europa», ha affermato Berni. Il segreto è la coesione: «Non è difficile stare insieme quando si ha un progetto comune e condiviso. È questo che ci ha consentito di superare crisi e

differenze». Ha citato infine l'esempio dell'Expo di Osaka, dove il padiglione Italia è stato tra i più visitati anche grazie alle eccellenze agroalimentari.

Burocrazia, manodopera e competitività globale

Massimiliano Giansanti, presidente di Confagricoltura, ha posto l'accento sulle criticità che frenano la crescita. «Un imprenditore agricolo dedica un terzo del suo tempo alla burocrazia. La mia domanda PAC è di 1.400 pagine. Questo riduce produttività e competitività». Ha denunciato l'eccesso di norme che «erosionano il valore delle imprese» e ha chiesto una semplificazione concreta a livello europeo. Giansanti ha poi affrontato il tema della manodopera: «L'agricoltura non è più vanga e zappa, oggi è digitale, fatta di droni e robot. Eppure faticiamo a trovare personale qualificato. Dobbiamo rendere il settore attrattivo per i giovani». Ha ricordato il contributo del comparto all'economia nazionale: «Il sistema agroindustriale contribuisce per 670 miliardi al PIL. Ma se fatto 100 ciò che una famiglia spende in spesa, all'agricoltura arrivano solo 0,7 euro». Da qui l'appello: «Serve valorizzare la qualità, rafforzare i ponti con i mercati globali e migliorare la qualità della spesa pubblica».

Il ruolo delle istituzioni e la sovranità alimentare

Il ministro Francesco Lollobrigida ha portato la prospettiva del governo. «Il Meeting dal 1980 rappresenta un'eccellenza italiana, una vetrina che anticipa temi e riflessioni cruciali». Ha ringraziato gli imprenditori e i volontari del settore, sottolineando i risultati raggiunti: «Siamo tornati a essere la prima agricoltura europea per valore aggiunto, superando Francia e Germania. L'export tocca i 70 miliardi». Lollobrigida ha insistito sulla necessità di promuovere la distribuzione e far comprendere il valore dei prodotti: «Il prezzo giusto deve riconoscere il valore intrinseco del lavoro di agricoltori, allevatori e trasformatori». Ha difeso il concetto di sovranità alimentare come parola-chiave: «Non significa chiusura, ma garantire sicurezza e continuità produttiva in un mondo segnato da conflitti e interruzioni delle catene di approvvigionamento». Il ministro ha infine rivolto un appello ai giovani: «Dobbiamo garantire occasioni di reddito e formazione per scegliere l'agricoltura come opportunità. L'agricoltura può tornare a essere una delle attività più nobili e gratificanti per l'uomo».



Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli ETS
via Flaminia, 18/20 – 47923 Rimini | tel. +39 0541 783100
meeting@meetingrimini.org www.meetingrimini.org



Ufficio stampa Meeting di Rimini

Eugenio Andreatta

Responsabile Comunicazione

+ 39 329 9540695

eugenio.andreatta@meetingrimini.org



Ufficio stampa Comin & Partners

Federico Fabretti

Partner Media Relations

+39 06 90255555 + 39 335 753 4768

federico.fabretti@cominandpartners.com

Adriano Dossi

Senior Media Relations Consultant

+ 39 342 8443819

adriano.dossi@cominandpartners.com

Communication Partner



News Agencies Partner

