

8° ASSISE NAZIONALE CITTA' DELLA NOCCIOLA

VERBALE DEL GIORNO 26 SETTEMBRE 2009

La seconda, lunga e intensa giornata dell'ottava Assise Nazionale di Città della Nocciola, si è aperta con l'Assemblea Nazionale dell'Associazione che, tra le altre cose, ha riconfermato Rosario D'Acunto come Presidente.

Nella sessione di lavoro seguente si è parlato dell'ipotesi di costituzione di un Consorzio Nazionale per la valorizzazione della Nocciola Italiana e della realizzazione di un Marchio per la Nocciola Italiana.

I lavori, coordinati dal Vice Presidente di Città della Nocciola Enzo Ioppolo, sono stati aperti dall'intervento di **Antonio Verdoliva**, esperto di corilicoltura e di prodotti tipici. Partendo dal dato che la Turchia produce oltre il 70% delle nocciole e che di fatto determina il prezzo delle stesse, mentre la produzione italiana non riesce nemmeno a soddisfare il consumo interno, Verdoliva ha affermato che bisogna puntare sull'etichettatura dei prodotti d'origine. La bontà del prodotto italiano non è conosciuta e condivisa dai consumatori. L'Associazione Città della Nocciola deve contribuire a tipicizzare la nocciola italiana, puntando ad un Consorzio non di commercializzazione, ma di valorizzazione della nocciola italiana che non deve avere solo requisiti di provenienza, ma di qualità. Il marchio non deve sostituire ma sovrapporsi alle iniziative già in atto, facendo scattare immediatamente nel consumatore il legame nocciola-Italia. Valorizzare la nocciola significa valorizzare il territorio, per cui è fondamentale la presenza degli enti pubblici.

Piero Martelli, vice Presidente Consorzio Nocciola Calabria, ha presentato il Consorzio, che ha solo due anni di vita, più di cinquanta soci, soprattutto giovani, associatisi per creare reddito e nuove opportunità. E' stata creata una filiera con i gelatai ed i pasticceri di Pizzo Calabro. E' uno sforzo grande perché in Calabria c'è stato molto abbandono, ma Martelli ha espresso soddisfazione perché la Calabria è la quinta regione corilicola ad essere stata inserita nell'Associazione, che consente la messa in rete di iniziative e di opportunità di contatto con le istituzioni.

Roberto Campia, coordinatore piemontese Città della Nocciola, ha riaffermato l'importanza che la nocciola italiana sia tutelata attraverso un consorzio di valorizzazione, così come è importante che il prodotto emerga non solo in Italia ma anche all'estero. Nell'astigiano un tempo la corilicoltura era attività residuale, mentre oggi ci sono molti nuovi giovani produttori, su cui occorre puntare e che bisogna aiutare. Città della Nocciola deve puntare molto sulla comunicazione, deve avere un dialogo continuo con le istituzioni.

Rosario D'Acunto ha ringraziato il Presidente della Commissione Agricoltura della Camera, on. Paolo Russo, che si è dimostrato interlocutore disponibile e attento e ha consentito a Città della Nocciola di aprire un varco istituzionale con il Ministero delle Politiche Agricole. "Abbiamo stretto un patto istituzionale con il Ministero attraverso il Parlamento – ha affermato –, ora è importante che tutte le Regioni risvegliano le loro attenzioni". D'Acunto ha affermato che il ruolo del costituendo Consorzio non si sovrappone, ma si affianca a quelli già esistenti. "Il compito dell'Associazione è anche quello di fermare la fuga dei cervelli, perché i giovani che si fermano a lavorare in azienda sono l'esempio migliore dell'orgoglio locale. La nocciola non deve restare materia prima in guscio, ma deve essere trasformata fino a produrre trasformazioni sul territorio. Dobbiamo portare i consumatori nei luoghi di produzione. Abbiamo nei nostri territori mille identità da scoprire; qui sta la nostra unicità. Dobbiamo dare un'immagine di benessere. La nocciola è capace di sprigionare iniziative imprenditoriali in grado di rispondere alla crisi. Nei nostri luoghi c'è un capitalismo di territorio. I nostri territori devono diventare multifunzionali. Ci vogliono strumenti – ha concluso D'Acunto, ed il Consorzio ed il Marchio lo possono essere per affermare l'italianità del prodotto italiano".

Il Presidente della Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati, on. **Paolo Russo** ha chiuso i lavori della sessione, affermando che, aldilà dell'impegno dei singoli, la nocciola ha di per sé una capacità trainante. Ha fatto propria la richiesta di attivare tavoli di lavoro con le singole regioni corilicole. Russo ha condiviso l'idea che la produzione deve essere migliorata sia in termini di quantità che, soprattutto, di qualità. Bisogna anche mettere a sistema tutte le conoscenze, soprattutto in campo scientifico, approccio necessario e rivoluzionario nello stesso tempo. Anche per il marketing occorrono azioni innovative. Il Presidente Russo ha poi comunicato che da martedì sarà in visione alla Commissione il Disegno di legge sull'etichettatura ed ha auspicato suggerimenti da parte degli amministratori presenti in modo che la legge sia in grado di valorizzare i nostri prodotti senza penalizzare le industrie di trasformazione. "Se riusciamo a mettere in piedi una strategia efficace sul piano normativo – ha proseguito - sarà utile per il consumatore. Non bisogna indebolire il nostro sistema industriale. Dobbiamo con l'industria trovare forme e modi che comprendano la valorizzazione dei nostri prodotti. Si vende sempre meno il prodotto sic et simpliciter, si vende sempre più un prodotto di territorio. Lavorare con il territorio significa migliorare il prodotto, aumentare la capacità ricettiva, aumentare il senso di partecipazione. Il Consorzio rappresenta un passo avanti in questa direzione e verrebbe particolarmente apprezzato dai consumatori. Nessuna vicenda in sé è risolutoria, ma l'azione sinergica di più attori produce il risultato finale".

La seconda sessione della giornata, moderata da **Bruno Bruna**, vice Presidente di Città della Nocciola, aveva come tema la valorizzazione e promozione dei prodotti a base di nocciola italiana attraverso un rinnovo della percezione e le creazione di nuove attrattività.

Margherita Casillo, della Vincenzo Caputo srl, ha ringraziato l'Associazione e l'ha sollecitata a proseguire nell'intento di arrivare ad una governance della nocciola italiana. Il rapporto con le istituzioni è molto importante, per tutta la filiera. Casillo ha sostenuto che la nocciola è il prodotto a cui l'azienda è più legata, perché è quello che maggiormente la lega al territorio e vorrebbe che questo fosse anche maggiormente compreso dal consumatore. Essendo il mercato della nocciola molto complesso, occorre puntare tutto sulla qualità, l'unico modo per competere. La Casillo ha concluso il suo intervento citando alcuni dati che dimostrano come negli ultimi anni ci sia stato un aumento del consumo di nocciole sgusciate o tostate, in quanto stanno incominciando ad emergere anche le qualità benefiche della nocciola; inoltre c'è anche stata una destagionalizzazione del consumo, che non viene più legato solo alle festività natalizie.

Vittorio Caffa, della Fratelli Caffa, la più antica sgusciatura del mondo, ha presentato la situazione della Nocciola Piemonte, ritenuta tra le migliori del mondo, coltivata su un territorio non molto vasto, con un raccolto annuo compreso tra le 12 e le 18 mila tonnellate. Una buona parte di questo prodotto finisce nelle pasticcerie artigiane (la stessa Caffa ha recentemente diversificato affiancando alla sgusciatura un laboratorio di produzione artigianale), che rappresentano una forza dei piccoli paesi. Secondo Caffa Città della Nocciola ha fatto un lavoro meritorio non tanto facendo conoscere la nocciola, quanto facendone conoscere i territori di produzione. Occorre fare un ulteriore sforzo, anche attraverso internet.

Stefano Grosso, del gruppo dolciario Elah-Novì-Dufour, ha detto di come la nocciola sia valorizzata soprattutto attraverso i prodotti. La nocciola è conosciuta dai consumatori soprattutto dopo che è stata trasformata. Grosso ha sostenuto che si debba organizzare al meglio tutta la filiera, in quanto la nocciola è una materia prima che deve rispondere a tutti i requisiti di qualità. Occorre quindi una sinergia forte tra agricoltura ed industria, che deve portare alla tracciabilità di tutta la filiera. Il mondo delle nocciole è purtroppo caratterizzato da una forte instabilità di qualità, quantità e prezzo ed è soprattutto sulla qualità che deve puntare l'intera filiera.

Michele Pisetta, di Ferrero SPA, ha affermato che l'azienda opera a livello internazionale su tutti gli scenari e ricerca la qualità della nocciola sin dal campo, per cui da tempo ha attivato progetti di coltivazione in Cile, Georgia e altri Paesi, per poter seguire direttamente tutte le fasi colturali. Pisetta ha affermato che Ferrero può essere una spalla per tutta la filiera del nocciolo ed ha interesse ad esserlo. Pisette ha affermato che la nocciola è fondamentale all'interno dei prodotti, li nobilita.

Ha concluso quindi il suo intervento invitando i corilicoltori a farsi sentire, a presentare le loro esigenze, le aziende ad inventare ed innovare, le associazioni a mettere argento vivo alle nocciole. In conclusione è intervenuto **Vito Zizzi**, responsabile marketing di CEDISISA Centro Sud, che ha una rete di 500 punti vendita. Il ruolo della grande distribuzione non può che essere quello di mettere a disposizione i propri punti vendita. Secondo Zizzi c'è una grossa carenza di marketing sulla nocciola che, pur essendo un prodotto eccezionale, non è abbastanza conosciuto; di qui la necessità di affermare un marchio, che permetta di identificare il prodotto di qualità, perché altrimenti il prodotto si perde nell'anonimato.

La terza sessione della giornata è stata dedicata al mondo di Internet.

Alessia Passatordi, di www.settevizi.it, moderatrice dell'incontro, ha introdotto affermando che la nocciola oggi risponde alla sfida dei tempi nuovi cercando nuove forme di comunicazione (community, social network), praticate in modo particolare dalla generazione Y. Città della Nocciola ha cercato e cerca di sollecitare le aziende a comunicare italiano attraverso il web, prima con Noccioliamo e poi attraverso il blog su www.settevizi.it, che è un portale multitematico che nasce da una visione innovativa ed "educativa" dei sette vizi capitali.

Marco Massarotto, di www.internetpr.it, che gestisce progetti di comunicazione o di costruzione di community ha ricordato che la nascita del blog si colloca il 18 luglio 1997 e che da quel momento si è messa in moto una vera rivoluzione: i blogger sono oltre 300 milioni, su Facebook ci sono 700.000 nuove adesioni al giorno. Lo scenario dei media è cambiato in modo drastico. Una realtà frammentata sul territorio, come Città della Nocciola, può avvalersi di questi strumenti per raggiungere i propri riferimenti. Massarotto ha ricordato una ricerca Nielsen secondo la quale 1,8 milioni di italiani visitano siti di cucina e sono pronti a ricevere contenuti. Massarotto ha consigliato quindi di diventare Nocciolamedia, di raccontare storie, focalizzandosi il più possibile sui contenuti, perché i frequentatori di Internet preferiscono più i contenuti che la scatola bella.

Mirko Pallera di www.ninjamarketing.it, ha esordito affermando che la nocciola dà tutta un'altra sensazione rispetto alle arachidi. Ninjamarketing è un blog di marketing non convenzionale. Il marketing sta cambiando con tutte le possibilità offerte dai nuovi media. Per fare marketing non convenzionale bisogna pensare a ciò che si diffonde spontaneamente e senza alcun investimento. Si può lavorare sulla comunicazione per creare dei fans entusiasti che esaltino la nocciola. Secondo Pallera occorre lavorare molto sull'identità; la nocciola è perfetta per uno stile di marketing mediterraneo; ci sono tante storie, le persone vogliono re-incantare il mondo, vogliono riscoprire cose tradizionali. Bisogna usare uno stile emozionante, le emozioni sono importanti più della ragione. Per i giovani bisogna trovare il giusto legame con quello che sentono di pancia. I più giovani tentano di riaggrapparsi al passato. Pallera suggerisce anche di lavorare con i folkfestival giovanili.

Stefano Vitta, di www.zzub.it, che si occupa della costruzione di community; ha sollecitato la platea a riflettere su come mai siano così diffuse le arachidi e così poco le nocciole. Spiegando quindi che zzub è sostanzialmente una comunità di passaparola, ha invitato ad adottare strategie simili, in quanto in poco tempo, in questo modo, si riescono a raggiungere molte persone. Vitta sostiene che su Internet non va molto bene lo slogan, funziona meglio il consiglio. Le persone hanno voglia di avere un certo tipo di interazione. Vitta ha invitato a riflettere su queste forme di comunicazione per individuare strategie di marketing appropriate.

Eugenio Guarducci, Presidente di Eurochocolat, parla della nascita di Faceciok, esperienza nata nel 2009. Eurochocolat su Internet scommette molto; il 40% delle persone va a Eurochocolat attraverso Internet. L'anno scorso c'era stato un calo sul sito eurochocolate, per cui è nata l'idea di Faceciok, che sta avendo molto successo, oggi ha circa 5000 fans e cresce in modo esponenziale. A Perugia ci sarà il Faceciok party. Internet è uno strumento molto efficace, 10 persone lavorano da casa per stimolare la partecipazione ad Eurochocolate. Secondo Guarducci Internet potrebbe sostituire del tutto le altre forme di promozione.

Carla Buono, di www.myfruit.it, community legata all'ortofrutta, che funge da punto di incontro tra gli operatori della filiera, ha spiegato che il portale non viaggia su grandi numeri perchè è rivolto ad operatori di settore. Il portale offre anche spazi per chi vuole mandare filmati, fornisce inoltre strumenti come i prezzi su determinati prodotti nei punti vendita. I visitatori sono soprattutto italiani di tutta la filiera, la community funziona, coinvolge anche la frutta secca su cui intende aumentare l'attenzione.

Sono quindi intervenuti Michele Pisetta, di Ferrero SPA, Stefano Grosso, del gruppo dolciario Elah-Novì-Dufour. Vittorio Caffa, della Fratelli Caffa e Margherita Casillo, della Vincenzo Caputo srl, i quali hanno affermato che tutte le aziende sono ormai legate ad internet e che attraverso internet si possono raggiungere facilmente, in modo diretto e con pochi costi i consumatori, non solo per comunicare ma anche per raccogliere idee.

L'ultima sessione della giornata è stata dedicata alla presentazione delle attività e dei progetti futuri. **Luigi Paleari**, Gran Maestro, ha presentato l'attività della Confraternita della Nocciola Tonda Gentile di Langa, che nel 2009 ha compiuto i 10 anni di attività. La Confraternita ha portato avanti la propria attività sia in Italia che in Portogallo, Grecia, Francia, con l'obiettivo di creare un'opportunità di sviluppo del territorio. Tra le altre cose sono stati organizzati due corsi di pasticceria, è stato aggiornato il sito Internet. Ora c'è in progetto la realizzazione di un cd che illustri l'attività della Confraternita. La Confraternita è stata presente anche nella scuola primaria di Cortemilia.

Irma Brizi ha presentato un progetto di Città della Nocciola per il 2010, il "Nocciola day: orgoglio nazionale". La proposta prevede che in un giorno del 2010 (probabilmente il sabato antecedente la nona assise nazionale) nei 230 Comuni aderenti all'Associazione ed in tutti quei Comuni in cui gli operatori utilizzano nocciola italiana si organizzino attività, cene, eventi in cui la nocciola sia protagonista. Città della Nocciola si impegna a creare materiale pubblicitario, passare la notizia su una radio nazionale e nelle trasmissioni enogastronomiche locali. I partecipanti/gestori si impegnano a usare nocciola italiana, fare pubblicità a Città della nocciola, fare foto o film dell'evento. Sono previsti anche collegamenti webcam e un saluto del Presidente on line.

Patrizia della Monica, fiduciaria della Condotta Slow Food Monti Picentini, ha affermato che ogni iniziativa della Condotta è volta a stimolare il desiderio di mangiare locale. Le iniziative organizzate sono tante (si rimanda al sito Slowfood Campania). La nocciola dal punto di vista gastronomico è perfetta perchè esalta l'importanza del legame sia con la cucina tradizionale che con quella creativa. La Condotta sarà sempre a fianco di Città della Nocciola.

Fulvio Russo, Presidente di Pasticceri si nasce, ha ringraziato il Presidente D'Acunto e ha presentato in particolare il progetto di formazione effettuato con i ragazzi delle scuole di Giffoni.

In conclusione della giornata sono state conferite le cariche di socio onorario del club "Amici Città della Nocciola" all'Azienda Ferrero di Alba, all'Azienda Vincenzo Caputo di Somma Vesuviana, alla Gelateria Pasticceria Gaetano Calamunci di Sinagra, alla Gelateria Grom di Torino, al Caffè Ninì di Diamante, all'Agriturismo La Gentile di Caprarola, all'Agriturismo Masseria della Nocciola di San Cipriano Picentino, a Bruno Gambacorta, giornalista enogastronomico, che è stato nominato anche Presidente onorario del Club, ad Alfonso Ruffo, Direttore de Il Denaro, ad Eugenio Guarducci, Presidente di Eurochocolate.