

LA RICERCA

## Il pomodoro italiano vince in reputazione

Un'ottima reputazione, una maggiore sensibilità ai temi etici e una app per dichiarare guerra al caporalato. Questa la sfida dell'industria conserviera del pomodoro, l'oro rosso coltivato nel Mezzogiorno e nel Parmense. Oggi nel corso dell'assemblea pubblica dell'Anicav, l'Associazione nazionale industriali conserve alimentari vegetali che rappresenta un centinaio di imprese che trattano circa il 70% del pomodoro trasformato in Italia e più del 50% dei legumi conservati verrà presentato uno studio realizzato da Reputation institute che evidenzia la forte reputazione delle conserve

di pomodoro, un pizzico al di sotto dell'eccellente. Le conserve vincono per la sicurezza e affidabilità del prodotto simbolo del made in Italy. «Ora il pomodoro si fa carico di lottare contro la piaga sociale del caporalato che recluta braccianti con Whatsapp - spiega Giovanni De Angelis, direttore generale Anicav -. Abbiamo un progetto con i ministeri dell'Interno, del Lavoro e dell'Agricoltura per lo sviluppo di una app che verrà testata nel corso della prossima campagna di raccolta per entrare a regime nel 2021». L'obiettivo di fare incrociare in maniera chiara e trasparente la

domanda e offerta di lavoratori.

Secondo Reputation institute proprio tra le aree di miglioramento ci sono le filiere produttive etiche e sostenibili. Inoltre tra i nodi cruciali percepiti c'è la preoccupazione per il benessere dei lavoratori, la trasparenza nel modo in cui operano le imprese e una protezione responsabile dell'ambiente. Tra gli asset positivi il contributo all'economia italiana e la produzione di qualità. Il settore ha un fatturato di 3,3 miliardi e conta 10mila addetti fissi a cui si aggiungono altri 25mila stagionali.

—E.N.