

Lettura:

Uno sguardo sul *Made in Italy*  
dei prodotti agricoli e manufatturieri di qualità.  
Il trauma della sofisticazione

Firenze, 12 giugno 2014



## Il trauma della sofisticazione

Sono particolarmente onorato e felice di essere qui, in questa antica istituzione, che da sempre accompagna lo sviluppo delle scienze agrarie e più in generale l'equilibrio tra l'uomo e l'ambiente.

Ritengo particolarmente importante l'attenzione che viene dedicata all'Italia e al prodotto italiano, alla sua valorizzazione e protezione.

Vorrei qui accennare a due impegni che seguo con passione, uno mio personale, Il Borro, e l'altro, l'azienda fondata da mio padre, la Salvatore Ferragamo.

### IL BORRO

Sono ormai passati 21 anni da quando ho acquistato Il Borro, e con i miei figli e la mia famiglia abbiamo dedicato e continuiamo a dedicare tempo ed energie a questo luogo, apportando le migliori che sono necessarie per adeguarsi alle necessità che si evolvono di continuo.

Attualmente, il Borro ha una dimensione di 700 ettari e comprende varie attività: ricettive, vinicole e agricole, di energia alternativa e, infine, un progetto che stiamo lanciando proprio adesso, di teleriscaldamento e biomassa. Tutte queste attività coinvolgono fra i 70 e i 100 dipendenti.

La storia del Borro ha origini antichissime, precedenti all'anno mille, e le prime notizie certe risalgono al 1254, quando il castello venne acquistato dal marchese Borro Borri. Nei secoli, in questa tenuta sono passate alcune tra le famiglie nobiliari più importanti d'Europa: i Medici Tornaquinci, i Torriani,

\* *Presidente, Salvatore Ferragamo S.p.A.*

gli Hohenlohe Waldenburg e infine i Savoia. Il borgo fu pesantemente danneggiato dai bombardamenti durante la Seconda Guerra Mondiale. Nel 1992 ho acquistato la tenuta e iniziato il restauro, che va avanti ancora oggi, con l'obiettivo di riportarla agli antichi splendori.

Per ottenere questo impegnativo risultato, abbiamo mantenuto le costruzioni originarie, ristrutturandole secondo i canoni tradizionali, e utilizzando gli artigiani e i lavoratori della zona: un atto non solo legittimo, ma anche vantaggioso per noi. Fin dal primo momento, infatti, il concetto-guida per lo sviluppo del Borro è stato quello di rispettare le tradizioni e l'ambiente di questi luoghi, assicurando una continuità col passato.

Tornando a parlare in particolare dell'attività vinicola del Borro, abbiamo cercato l'aiuto di un agronomo e di un enologo italiani, che hanno effettuato uno studio approfondito sulla storia dei luoghi del Borro e sulle caratteristiche dei terreni.

Il Valdarno era anticamente un lago, per cui il suolo è particolarmente ricco di minerali ed era importante rispettare la natura e capire ciò che poteva essere più adatto per lo sviluppo del Borro. Da questo rispetto è scaturita la decisione di rinnovare i vigneti mantenendo sempre l'attività concentrata sui vitigni autoctoni, in particolare il Sangiovese, a cui si sono aggiunti il Merlot e il Cabernet, di origine francese, ma che fanno parte ormai della "nuova tradizione toscana".

Negli anni abbiamo sempre cercato di mantenere il più possibile inalterate la produzione e la lavorazione delle nostre tradizioni; i profumi e i sapori che otteniamo raccontano di questo cammino.

Allo stesso modo, siamo stati coscienti fin dall'inizio di quanto la ricerca scientifica e lo sviluppo tecnologico possano supportare il nostro lavoro di imprenditori agricoli. Sappiamo quanto sia importante la cooperazione fra mondo scientifico e mondo imprenditoriale, in particolare le loro integrazioni di competenze, che vanno a vantaggio dello sviluppo produttivo, nonché di quello scientifico.

A questo riguardo, ci siamo attivati in particolare nella salvaguardia e nel rispetto dell'ambiente. Negli ultimi anni abbiamo infatti deciso di sfruttare fonti di energie rinnovabili, ad esempio con la messa in atto di due impianti fotovoltaici per l'alimentazione elettrica. A tutt'oggi, produciamo più energia di quanta ne consumiamo, e siamo orgogliosi di avere già due case a bolletta zero. Allo stesso tempo, abbiamo eliminato gradualmente i concimi chimici e i pesticidi nelle nostre coltivazioni. L'anno prossimo avremo la dicitura "biologica" per tutti i nostri prodotti.

Nel contempo, ci siamo dedicati anche all'ospitalità, ripristinando e facendo rivivere gli ambienti già esistenti nel borgo e nella tenuta, riducendo al minimo indispensabile gli interventi sulle nuove strutture, come è successo per la cantina, che è stata ricostruita sui sapori e le atmosfere esistenti.

Siamo orgogliosi di essere entrati a far parte della catena *Relais & Château*, per poter promuovere le risorse di questa nostra bella regione, che a volte noi – avendole sempre vissute – non apprezziamo come chi magari vede la Toscana per la prima volta.

SALVATORE FERRAGAMO

Per quanto riguarda la Salvatore Ferragamo, io credo che siamo tra i marchi più conosciuti a livello internazionale nel segmento del lusso non solo per le capacità artigianali, ma in particolare per la solida tradizione italiana. Siamo molto orgogliosi della nostra produzione che è realizzata totalmente a marchio Made in Italy, perché crediamo nel Paese e nelle sue capacità artigianali e produttive. Produrre in Italia fa parte del nostro DNA, già da quando nel 1927 mio padre, da Hollywood, decise di rientrare in Italia e basare la sua azienda a Firenze. Perciò per il nostro gruppo il Made in Italy rappresenta un elemento distintivo e qualificante: quasi un secondo marchio.

Certo produrre in Italia costa di più, ma questo ci garantisce di poter offrire ai consumatori di un settore come quello del lusso prodotti speciali, che vengono percepiti come unici proprio perché le lavorazioni artigianali consentono di ottenere una qualità e una accuratezza particolari.

Del resto la storia dell'azienda è quella di una famiglia fortemente radicata in Italia, molto legata alle sue tradizioni e agli artigiani specializzati nelle calzature e nella pelletteria, con cui abbiamo instaurato un rapporto di collaborazione, di fedeltà e rispetto reciproco, che si è sviluppato e consolidato nel tempo e che ancora oggi è parte fondamentale dei valori aziendali.

LA PROTEZIONE DEL PRODOTTO ITALIANO E LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

Il fenomeno della frode è purtroppo pesante e difficile, e si applica ormai a un largo e differenziato settore di mercato. In questa occasione ne possiamo parlare sia per quanto riguarda il mercato del lusso sia per il mercato agroalimentare.

Nella Salvatore Ferragamo è una lotta che conduciamo con molto impegno, non senza difficoltà, e su cui siamo stati recentemente premiati con alcu-

ne sentenze, conclusesi a nostro favore. Negli ultimi mesi abbiamo bloccato ben 345 siti web usati per attirare l'acquisto su merce contraffatta, e abbiamo ottenuto il sequestro e la distruzione di oltre 15.000 prodotti e un indennizzo complessivo di circa 4.300.000 dollari, che però non sappiamo se riusciremo a recuperare.

Nel settore agricolo, è recente la notizia della colossale truffa sull'olio extravergine d'oliva, che coinvolge in modo particolare proprio la Toscana: si tratta di olio extracomunitario, di scarso pregio, che viene deodorato e mischiato al nostro extravergine. Una frode che danneggia non solo il consumatore, ma anche il produttore onesto.

Per non parlare del vino sofisticato: le statistiche riportano numeri allarmanti: le truffe con il finto Brunello, ad esempio, sono finite su tutti i giornali. Si tratta di un vino che con i suoi nove milioni l'anno di bottiglie vendute fa gola a molti truffatori, addirittura si trovano in vendita online bottiglie a prezzi stracciati.

Un punto importante nella lotta alla contraffazione è la tracciabilità del prodotto, che si applica sia al mercato del lusso sia al settore agroalimentare. Nel caso del vino del Borro, abbiamo dotato le bottiglie di un codice univoco di riconoscimento, e i lotti sempre ricostruibili e rintracciabili; nel caso delle calzature da donna a marchio *Salvatore Ferragamo*, abbiamo concentrato le nostre azioni sul progetto della targhetta RFID (Radio Frequency Identification), un sofisticato dispositivo elettronico che autentica in modo esatto l'origine del prodotto.

Come Salvatore Ferragamo, negli ultimi anni stiamo destinando in media fra 1.500.00 e 1.800.000 euro all'anno per la lotta alla contraffazione; in termini di personale, oltre allo staff interno all'azienda, abbiamo un centinaio di soggetti esterni in tutto il mondo che collaborano stabilmente con noi per la tutela del marchio. Anche per Il Borro, il nostro ufficio insieme a un team di specialisti presenti sul territorio italiano ed estero si occupano di monitorare costantemente il mercato, segnalando le frodi e iniziando le azioni legali a difesa del marchio.

Da quanto detto finora risulta chiaro che quella alla contraffazione è una lotta che richiede un impegno continuo, e per la quale vanno destinati ingenti sforzi e risorse, essenziali per difendere i nostri prodotti. La minaccia della contraffazione e della sofisticazione è una sfida che dobbiamo affrontare per difendere il prodotto autenticamente italiano, le capacità artigianali e produttive degli artigiani e il lavoro di tutte le persone che ogni giorno si impegnano a favore del Made in Italy.

La contraffazione è un a diga pronta a esplodere: per arginarla, non dobbiamo mai abbassare la guardia.

È auspicabile quindi un'unione delle forze di tutti i soggetti coinvolti, a difesa dell'autenticità dei prodotti italiani.

#### RIASSUNTO

Ferruccio Ferragamo, presidente della Salvatore Ferragamo S.p.A., analizza nel suo intervento le opportunità e le problematiche relative ai temi della tutela del prodotto italiano e della lotta alla contraffazione, portando la sua personale e preziosa esperienza nelle attività agricole della tenuta "Il Borro" e nella produzione manifatturiera della casa di moda fiorentina.

Al Borro l'attività agricola viene portata avanti nel rispetto delle tradizioni e delle caratteristiche originarie dei luoghi, salvaguardando l'ambiente con l'utilizzo di energie pulite originate da fonti rinnovabili, e con il lavoro di artigiani locali. Per quanto riguarda la Salvatore Ferragamo, la produzione è da sempre e solamente *Made in Italy*, grazie a una rete di collaboratori costruita nel tempo, distribuita su tutto il territorio nazionale.

In tema di contraffazione, le contromisure più evolute di cui si dispone sono legate alla tracciabilità del prodotto: al Borro le bottiglie di vino vengono dotate di un numero univoco di riconoscimento, da cui si può direttamente risalire al lotto di produzione. Alla Salvatore Ferragamo le calzature da donna sono ormai fornite di un dispositivo elettronico che, grazie alla tecnologia *RFID*, autentica in modo inequivocabile l'originalità del singolo articolo.

Si auspica dunque l'unione delle forze dei soggetti coinvolti, imprenditori e istituzioni, a difesa dell'autenticità del prodotto italiano contro il trauma della sofisticazione e per una più appropriata tutela del *Made in Italy*.

#### ABSTRACT

Ferruccio Ferragamo, Chairman of Salvatore Ferragamo SpA, analyzes in his speech the opportunities and issues related to the protection of Italian products and the fight against counterfeit, bringing his personal and valuable experience in the agricultural activities of the estate "Il Borro" and in the manufacturing operations of the Florence fashion house.

At Il Borro, agricultural activity is carried on in accordance with the traditions and original features of the area, protecting the environment with the use of clean energy originated from renewable sources, and with the work of local artisans. For Salvatore Ferragamo, production has always been exclusively 'Made in Italy', thanks to a network of collaborators built over the years, and distributed on the whole national territory.

With regard to counterfeit, the most advanced measures that we have against it are related to the traceability of the product: Il Borro wine bottles are equipped with a unique identification number, which can be directly traced back to the production lot. At Salvatore Ferragamo women's shoes are now provided with an electronic device which, thanks to RFID technology, unequivocally identifies the originality of the individual article.

It is deemed necessary that the parties involved, entrepreneurs and institutions, join forces to defend the authenticity of the Italian products and to provide a more appropriate protection of the 'Made in Italy' brand.

CESARE PUCCIONI\*

## Il *Made in Italy* nel settore dei fertilizzanti

Il nostro impegno di produttori di fertilizzanti, in questo settore dove il ricambio di aziende e ragioni sociali è piuttosto rapido, costituisce per certi versi un'eccezione, sia per la continuità familiare che per la presenza ininterrotta in Italia.

Per capire il significato del marchio "Puccioni 1888" bisogna partire dalle nostre radici di agricoltori, da sempre legati alla Toscana e alla campagna fiorentina, ma anche impegnati nelle nuove esperienze del commercio e dell'industria. Da qui nasce, infatti, la nostra esperienza: aperti all'innovazione, ma con la prudenza di chi ha un bagaglio di tradizioni e vuole passare il testimone alle generazioni future, avendo la serena consapevolezza di aver assolto ai suoi compiti con l'impegno quotidiano.

### IL PASSATO

L'inizio della storia è legato all'intuizione del mio bisnonno, che nel 1888 decise di fondare vicino a Castelfiorentino una fabbrica di acido solforico e concimi chimici. Erano gli anni in cui la Toscana, grazie ai sali di rame e alla pirite, e all'intraprendenza di alcuni, era al vertice della chimica. Nello stesso anno nasceva, infatti, la Montecatini, col nome di Società anonima per le miniere di Montecatini in Val di Cecina, che sarà poi legata a tutte le vicende – positive e negative – della storia della chimica italiana del '900.

Nel mondo rurale dell'epoca la circolazione della moneta era scarsa, quasi quanto i mezzi tecnici: i concimi chimici consentivano di aumentare le rese,

\* *Presidente di Federchimica*



ma potevano essere pagati solo a raccolto. Era quindi naturale unire i due aspetti: produzione di mezzi tecnici e di cereali. E fu così che la strategia commerciale e la contiguità con il cuore della Toscana agricola decretarono il successo dell'iniziativa.

Ben presto il bisnonno delegò a mio nonno l'attività della fabbrica. E fu proprio quest'ultimo a "gestire" l'innovazione impiantistica, con vero talento imprenditoriale. Sicuramente, sul fatto di dedicare tanto tempo a Castelfiorentino aveva avuto un peso determinante il matrimonio del nonno con una giovane del luogo, che aveva portato in famiglia l'azienda di Cabbiavoli, che da allora è sempre stato un importante polo di riferimento agronomico.

Nel 1922 il nonno fondò con mio padre lo stabilimento di Castellina. La scelta fu dettata dalle nuove esigenze logistiche di un mercato in crescita. Castellina aveva il vantaggio del collegamento ferroviario, essenziale per l'acquisizione delle materie prime dal Centro Europa (sali potassici), dai porti del Tirreno (fosforiti) e dalla Maremma (pirite e acido solforico) e la successiva spedizione dei concimi. Più tardi, nel periodo della Seconda Guerra Mondiale, rappresentò a lungo un "porto" sicuro perché fuori dalle rotte dei bombardieri degli alleati, fino quasi al termine degli eventi bellici, quando fu proprio la presenza dello snodo ferroviario a rappresentare l'occasione di un rovinoso attacco a un treno tedesco, carico di esplosivi, che coinvolse gran parte dell'adiacente fabbrica.

Ma il dopoguerra aveva bisogno di intercettare i flussi d'importazione di materie prime dai paesi produttori, e così, nel 1956, mio padre Mario iniziò l'avventura di Vasto, cambiando il nome della società in Industrie Chimiche Puccioni.

#### LA MIA ESPERIENZA PERSONALE

Sono entrato in azienda a 18 anni, nel 1962, e troppo presto, a 27 anni, mi sono ritrovato a gestirla in prima persona, a causa della prematura morte di mio padre. La mia vita professionale si è svolta soprattutto a Vasto, che negli anni ha avuto uno sviluppo considerevole, sia a livello di logistica che di strutture produttive. Vasto era stato scelto per la sua posizione strategica: era su un porto in via di costruzione e aveva un ampio fronte per la realizzazione delle infrastrutture produttive. Negli anni, si è sviluppato fino a consentire la possibilità di attracco per navi da 10.000 t, la realizzazione di depositi costieri, e lo sviluppo del collegamento ferroviario.

I primi vent'anni, dal 1971 al 1991, sono stati per me estremamente formativi e per la Puccioni pieni d'eventi, quasi quanto l'intero periodo prece-

dente, dalla fondazione dell'azienda. Ne ricordo due, per l'impatto che ebbero sul settore fertilizzanti:

- nel 1984, per l'intuizione di un illuminato politico e industriale del settore, l'on. Antonio Baslini, l'Italia ebbe per la prima volta una legge sui fertilizzanti: la 748/1984;
- nel 1991, travolta da una crisi irreversibile, crollava la Federconsorzi, il principale distributore italiano di mezzi tecnici per l'agricoltura, con oltre 3500 punti vendita.

Circa il primo aspetto, la normativa italiana sui fertilizzanti era stata abbastanza disomogenea fino al recepimento della direttiva del Consiglio 76/116/CEE, con la legge 19 ottobre 1984, n. 748, *“Nuove norme per la disciplina dei fertilizzanti”* (GU 6-11-1984). Era una legge nata per i produttori di concimi chimici e adattata alle esigenze dei fabbricanti di concimi organici e organo-minerali con l'inserimento della categoria “concimi nazionali”. Questi concimi erano frutto della crisi petrolifera del 1973, che aveva reso più difficile e costoso l'approvvigionamento energetico e di materie prime dal nord Africa e Medio-Oriente. Con i concimi organo-minerali, più efficienti e sostenibili grazie al riutilizzo di matrici organiche nazionali, era possibile riequilibrare l'offerta di mezzi tecnici con prodotti adatti anche alla localizzazione. Oggi la Puccioni fornisce sul territorio nazionale oltre il 30% di questi concimi, ma è solo grazie alla L. 748/1984, dove tali concimi sono stati normati per la prima volta, che i produttori di qualità hanno potuto operare con correttezza, ricevendo danni marginali dalla concorrenza sleale, dalle frodi e dalla sofisticazione.

L'altro evento, il crollo della Federconsorzi, determinò al momento la più importante “rivoluzione” nella catena distributiva dei mezzi tecnici agricoli, con ripercussioni finanziarie devastanti a carico di molte aziende esposte. Vista da oggi, la frammentazione del forte apparato produttivo di marca federconsortile (si ricordi, ad esempio, il marchio Polenghi Lombardo) ha costituito una perdita di opportunità per il made in Italy della trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli food, ma ha lasciato spazi di crescita al settore privato nell'ambito dei mezzi tecnici e, soprattutto, ha obbligato le aziende più strutturate a guardare fuori dai confini nazionali. A questo risultato avrebbe contribuito, dopo la Federconsorzi, la chiusura nel 1994 dell'industria nazionale leader dei fertilizzanti: Enichem Agricoltura, con smantellamento di stabilimenti produttivi e vendita di asset a gruppi stranieri.

Alla fine degli anni '90 il mercato dei fertilizzanti risultava così segmentato in materie prime direttamente impiegate (urea, DAP), gestite da gruppi

stranieri e importatori, e concimi di nicchia per colture specializzate, dove si ritagliavano un ruolo d'innovazione e intervento diretto sul mercato poche aziende nazionali e qualche gruppo straniero. Cambiava di nuovo lo scenario e improvvisamente mi trovavo a essere... il più "vecchio" produttore italiano di concimi alla svolta dei miei cinquant'anni.

#### LA NUOVA GENERAZIONE

La sfida del periodo successivo, verso il 125° anno dalla fondazione, è stata mantenere l'azienda di produzione di concimi in Italia, senza trasformarla in una commerciale pura. Si è necessario inventarsi una linea di made in Italy che consentisse di valorizzare la flessibilità produttiva degli impianti e, attraverso l'innovazione, puntasse al mercato, o meglio, ai mercati. I segmenti dove operare furono rapidamente individuati e lì si concentrò l'azienda con forti investimenti:

- il bulk blending, ovvero della miscelazione a secco di materie prime, come fosfato biammonico, cloruro di potassio, urea e altre, per produrre titoli immediatamente adatti ai diversi terreni, colture e regolamenti regionali;
- il nuovo settore dei concimi idrosolubili, che permise ben presto di aprire settori nuovi e avanzati, come la floricoltura e orticoltura in serra e su substrati artificiali, prevalentemente oltre Oceano.

In questo periodo ha iniziato ad affiancarmi in azienda mio figlio Mario, coprendo via via ruoli diversi sia tecnici che commerciali e amministrativi.

Attualmente le cifre della Puccioni sono quelle tipiche di una impresa medio piccola italiana, con fatturato prossimo a 50 ML €, di cui metà dall'esportazione e 40% da prodotti speciali. L'azienda è impegnata in numerosi Paesi, in Nord e Sud America, Asia e Africa, oltre che in Europa.

I nuovi mercati hanno imposto di risolvere problemi di logistica e costi di produzione, affrontando in prima istanza quello energetico attraverso importanti investimenti nel settore del risparmio energetico e delle rinnovabili e il recupero di risorse, come l'acido cloridrico.

#### IL NOSTRO MADE IN ITALY

È fatto di qualità, responsabilità sociale e innovazione.

Proprio per la tutela della qualità, l'azienda è stata tra i soci fondatori dell'Istituto Controllo Qualità Fertilizzanti (ICQF) nel 1996. Partecipa da

sempre al funzionamento delle Istituzioni internazionali e nazionali nel settore dei fertilizzanti: IFA, Assofertilizzanti, Commissione Fertilizzanti, promuovendo integrazioni normative volte a mantenere il mercato leale e aperto all'innovazione. In tal modo, ha contribuito alla stesura del nuovo D.Lgs. 75/2010 in tema di fertilizzanti, che, rispetto alla normativa precedente, risulta più attento alla tracciabilità e alle nuove tipologie di prodotti (substrati colturali, matrici organiche, prodotti ad azione specifica), riducendo così i margini per l'illegalità e aprendo a nuovi settori industriali regolamentati.

Il tema della responsabilità sociale è stato affrontato attraverso un lungo e faticoso processo di acquisizione delle principali certificazioni internazionali:

- ISO 9001 sulla gestione qualità delle produzioni;
- ISO 14001 sui sistemi di gestione ambientale;
- ISO 18001 sulla sicurezza;
- ISO 50001 sulla gestione energetica in Stabilimento.

La certificazione europea EMAS è in corso di acquisizione. Sempre per la stessa finalità della responsabilità sociale, l'azienda partecipa a un progetto per la riduzione del Carbon Footprint.

Nel tempo, per l'esigenza di puntare a prodotti sempre più efficienti e sostenibili anche sotto il profilo della logistica, l'azienda ha attivato collaborazioni di ricerca con Università e intrapreso la produzione di concimi:

- con azoto a lento rilascio e bassa volatilizzazione, per aumentare l'efficienza dell'azoto e ridurre le perdite che causano inquinamento diffuso;
- microgranulati a effetto starter, per rispondere all'esigenza di semplificare al massimo le operazioni alla semina o al trapianto, con prodotti efficienti e logisticamente centrati;
- idrosolubili, per coniugare la necessità di trasporti a distanza e formulati applicabili in forma liquida su colture specializzate;
- liquidi e in gel, le nuove forme degli "idrosolubili" più avanzati;
- microelementi, per una concimazione bilanciata;
- biostimolanti, la nuova frontiera del settore.

Con l'esperienza di oltre 125 anni d'industria in un settore difficile come quello dei fertilizzanti, abbiamo imparato che ogni obiettivo raggiunto è solo una tappa di un cammino che deve continuare, avendo però sempre ben chiari alcuni principi fondamentali che devono servire a "dare la rotta". Perché l'innovazione:

- deve puntare alla chimica verde e alle risorse sostenibili;
- deve servire a portare vantaggi produttivi e qualitativi agli agricoltori;
- deve consentire di meglio aderire ai Disciplinari di Produzione e alle Misure Agro-Ambientali;

- deve aiutare a produrre derrate alimentari igienicamente pulite e gratificanti per le filiere (NO metalli pesanti, radionuclidi, contaminanti microbiologici);
- deve semplificare la vita degli operatori, sia nell'ambito della catena distributiva (logistica, stoccaggio) che a livello di applicazione in campo (tempi, modalità);
- deve rispondere al concetto di efficienza, intesa come inferiore dispersione nell'ambiente e massimo effetto sulla pianta a bassi dosaggi;
- deve consentire ai prodotti di andare nel mondo con un'impronta specifica, non replicabile.

#### CONCLUSIONI

Per esprimere in un concetto di sintesi la mia idea del *Made in Italy*, vorrei concludere con le parole di un amico agronomo, espresse in occasione del Congresso a Pisa della Società Italiana di Agronomia nel settembre 2001, uno dei momenti più bui della recente storia mondiale:

- se sei innovativo non è essenziale essere competitivo,
- se ti appiattisci devi necessariamente essere competitivo.

(*Strategie agronomiche al servizio della moderna agricoltura*, «Riv. Agronomia», XXXVII, 2, pp. 173-206)