

di Matteo Ferrari

L'agroalimentare è ricerca innovazione e sostenibilità

LA MARTINO ROSSI DI MALAGNINO

**Il direttore generale Sirgiovanni:
«I consumatori sono molto attenti
guardano alla qualità e alla genuinità»**

Sostenibilità, innovazione, visione, filiera agroalimentare. Sono questi i punti cardinali che hanno orientato e orientano il lungo viaggio che ha condotto la Martino Rossi Spa dagli albori, negli anni '50, ad oggi, ovvero da una piccola realtà agricola della bassa cremonese ad essere uno dei leader mondiali della filiera agroalimentare di prodotti senza glutine, senza allergeni e senza OGM. Un viaggio affascinante nel quale la famiglia Rossi, dal capostipite Martino, passando per le generazioni successive con Giorgio e Stefano, ha sempre messo al centro del proprio concetto di azienda la sostenibilità e l'innovazione come spiega il direttore generale **Manuel Sirgiovanni**.

«Sin dagli anni '50 uno dei punti focali è stato quello di valorizzare la terra. Martino Rossi iniziò come commerciante di materie prime ma non si accontentò mai e da subito l'azienda ebbe l'impulso della ricerca a muoverne i passi. Negli anni '90 venne creata la prima filiera italiana del mais per servire una grande multinazionale americana e negli anni 2000 il passaggio da commerciante ad industria di trasformazione con l'acquisto di un mulino per macinare le materie prime».

Nel 2009 un passaggio cruciale, pionieristico.

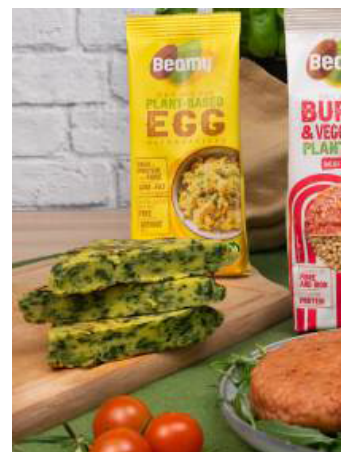
«Nel 2009 la famiglia ha fatto una scelta radicale, un mutamento drastico dell'approccio alla produzione cambiando totalmente la filiera produttiva per arrivare ad avere una filiera totalmente senza allergeni, senza glutine e senza OGM. Il che si traduce in un controllo assoluto del processo dal seme sino alla macinazione, con una integrazione verticale totale e una costante presenza sul territorio con le aziende agricole partner. Faccio un esempio per chiarire. Non possiamo permettere che nella fase di trebbiatura, trasporto o macinazione - come in qualsiasi altra fase - ci siano contaminazioni con frumento o altri allergeni, quindi lavoriamo con macchine di raccolta dedicate così come servizi di trasporto che gestiamo



La sede della Martino Rossi di Malagnino
Sotto il direttore generale Manuel Sirgiovanni
e alcuni prodotti dell'azienda

direttamente. A quell'epoca non c'era ancora l'attenzione a questi aspetti che c'è ora, per questo ritengo sia stata una scelta pionieristica che oggi, senza dubbio, si è rivelata decisamente azzeccata. Oggi gestiamo 16.000 ettari di filiera, prevalentemente in Italia, garantendo il prodotto dalla semina sino al pacchetto che si trova al banco del supermercato».

Un lavoro che deve necessariamente coordinarsi con la so-





Il 2009 è stato l'anno della svolta Una scelta radicale per cambiare la filiera produttiva e per arrivare ad averne una senza allergeni senza glutine e senza OGM



stenibilità e con la ricerca.

«La sostenibilità è un concetto con il quale la Martino Rossi ha sempre avuto familiarità. Già dal 2009 studiavamo l'impatto idrico sulle culture agricole per disperdere meno risorse possibili, tema che oggi è diventato centrale a livello mondiale. Oggi abbiamo un'azienda agricola sperimentale chiamata 'Agrifuture', con 30 ettari nei pressi dello stabilimento di Maglino dedicati allo studio e all'innovazione in ambito agro-

nomico. Cerchiamo non solo nuove specie botaniche più performanti ma studiano nuovi metodi di agricoltura conservativa e rigenerativa attraverso metodi di subirrigazione di precisione con tecnologia e brevetti Undercrop, società creata da Giorgio Rossi oltre 15 anni fa, e attraverso lo sviluppo di nuovi biostimolanti e biofertilizzanti che permettano di rendere di più sfruttando meno il terreno».

Quali sono le nuove sfide dell'agricoltura?

«È chiaro che in questa fase evolutiva l'attenzione del consumatore e delle aziende che si servono dei nostri ingredienti è ovviamente orientata al massimo su processi produttivi sostenibili e su prodotti a residuo zero che garantiscano la qualità e la genuinità di quello che finisce in tavola. Ciò che notiamo, positivamente, confrontandoci ogni giorno con le aziende agricole è che siamo in una fase di ricambio generazionale nella quale la concezione tradizionale di agricoltura – che ha fatto grande il nostro Paese per decenni – sta lasciando spazio alle nuove generazioni che sono molto sensibili e molto predisposte all'innovazione e al cambiamento».

Le eccellenze agroalimentari possono essere un traino dal punto di vista turistico, un nuovo elemento di attrazione?

«Sono convinto che l'attenzione che i consumatori e gli utenti dimostrano di avere verso le aziende produttrici, per capire come si arrivi al prodotto finito, possa essere una grande opportunità per questo settore, sul punto. Oggi viviamo nell'epoca dei contenuti social, della ricerca di storie da raccontare e condividere. L'agroalimentare è una storia dentro la storia, ogni prodotto, ogni azienda, ogni fase del processo si presta e può essere un nuovo modo di raccontare una realtà come la nostra. Cremona è la città del violino, della metallurgia, della manifattura. Ma è anche una realtà agroalimentare di primissimo livello che estende la cosiddetta Food Valley ben oltre i confini dell'Emilia».

Quali sono le prospettive e le nuove sfide della Martino Rossi?

«Le prospettive future sono quelle di continuare nella nostra crescita investendo sui concetti fin qui espressi e puntando sui giovani e sui talenti. La nostra attenzione alla ricerca e alle esigenze del mercato ci hanno portato a investire su una nuova linea di prodotti che possano essere il marchio di fabbrica del nostro concetto di produzione. Da un lato stiamo studiando nuove modalità di estrazione delle proteine che permettano di massimizzare la resa del prodotto e stiamo cercando nuove materie prime che si prestino in questo senso e dall'altro siamo entrati nel mercato con nostri marchi che si trovano già nella grande distribuzione con prodotti innovativi fedeli alla nostra filosofia di agricoltura, come, ad esempio, prodotti plant based ricchi di proteine e fibre a base di legumi o prodotti a base di avena totalmente senza allergeni, glutine e OGM».



«L'attenzione di oggi per il food e per ogni fase del processo che porta al prodotto si presta e può essere un nuovo modo di raccontare la nostra realtà