



# Più Europa? Sì, ma solo se diversa



di **Fabio Mantovani**  
Presidente Coldiretti Mantova

Il sistema agroalimentare italiano nello scorso anno ha totalizzato un fatturato di circa 700 miliardi di euro, circa 15% di quello complessivo dell'economia nazionale, confermandosi un settore cardine della nostra economia, con agricoltura e industria alimentare e delle bevande a rappresentare il 40% circa del valore totale. Questo nonostante il 2024 sia stato un anno complesso, segnato da tensioni geopolitiche, fragilità delle catene logistiche, volatilità dei mercati e sfide ambientali".

I dati presentati proprio pochi giorni fa al ministero dell'Agricoltura e contenuti nell'Annuario Crea 2024, citati nelle righe qui sopra, fotografano un settore nazionale vitale, resiliente, con una ottima propensione all'export (68,5 miliardi di euro, +8,7% sull'anno precedente), che ha di fronte a sé grandi opportunità per la versatilità delle produzioni, la qualità diffusa dell'agroalimentare, la forza delle Indicazioni Geografiche, non ultimo il riconoscimento che Coldiretti ha promosso con convinzione, legato alla cucina italiana patrimonio immateriale dell'umanità, e che l'Unesco ha concesso giusto una settimana fa. Numeri e medaglie che ci rendono orgogliosi come agricoltori, perché siamo ben consapevoli che la filiera parte dalla terra e arriva sulle tavole di tutto il mondo.

Sono buone notizie che - al termine di un anno in cui la parola d'ordine è stata "incertezza", e con la previsione di navigare a vista anche per

i prossimi mesi tra incertezze geopolitiche, volatilità dei mercati, costi dell'energia e dei fertilizzanti in aumento, con alcuni mercati in frenata – in parte, ma solo in parte, ci confortano. All'inizio di questa settimana, nel corso degli Agri-Food Days di Bruxelles, una sorta di Stati generali del comparto agroalimentare organizzati dalla Commissione Agricoltura dell'Unione europea per fare il punto su sfide, obiettivi e opportunità del settore primario, è stato annunciato nelle proiezioni al 2035 che le emissioni dirette di gas serra derivanti dalla produzione agricola complessiva (e in particolare dalla produzione zootecnica) diminuiranno. A concorrere a questo risultato saranno diversi fattori, fra i quali buone pratiche agricole e ambientali, nuove tecnologie, maggiore produttività, una zootecnia più performante. Ci preme puntualizzare, inoltre, che l'impatto dell'agricoltura sul totale delle emissioni incide per il 7% del totale (il 93% è ascrivibile ad altre sorgenti: trasporti, industria, logistica e altro). Una buona notizia che conferma come gli investimenti in sostenibilità siano la strada giusta, in grado già oggi di portare risultati efficaci. Un messaggio significativo che ci proietta direttamente da Bruxelles a Gonzaga, capitale del Bovimac, dove come Coldiretti Mantova vorremmo discutere nella prossima edizione della manifestazione dedicata alle macchine agrico-

le e alla zootecnia del futuro degli allevamenti partendo da dati scientifici e con l'obiettivo di favorire il dialogo con il Comune per costruire insieme un percorso di valorizzazione dell'economia del territorio nel rispetto dei diversi aspetti della sostenibilità.

Il dibattito in Europa sembra orientato a privilegiare per il prossimo decennio l'incremento della produttività, a sostenere la digitalizzazione e l'innovazione per favorire il ricambio generazionale, ad incentivare il ricorso a energie rinnovabili per un approccio diversificato e multifunzionale in grado di generare redditività e ridurre i costi delle aziende agricole. Non mancano idee per ampliare il concetto di innovazione non solo nei confronti dell'agricoltura, ma anche verso i produttori, nell'ambito della formazione, delle filiere, per approdare a nuovi prodotti e conquistare nuovi mercati (senza dimenticare il ruolo delle Indicazioni Geografiche come elemento chiave per migliorare competitività e redditività e favorire l'ingresso dei giovani), per rilanciare l'autosufficienza e assolvere al ruolo di garante della sicurezza alimentare a livello mondiale, aspetto che l'Unione europea fa da tempo. L'obiettivo è la redditività, se non vogliamo chiudere altre aziende agricole e indebolire il territorio.

E allora, vi chiederete, perché manifestare in piazza? Perché sfilare – pacificamente – lun-

go le strade della capitale d'Europa? Perché le richieste degli agricoltori sono state completamente disattese, perché manca un progetto che riporti concretamente l'agricoltura al centro della Pac. Come è possibile solo pensare che l'agricoltura possa svilupparsi se si tagliano i fondi per l'agricoltura (parlamo di 90 miliardi in meno, mentre gli Stati Uniti sostengono i propri farmer con un'iniezione istantanea di 12 miliardi) e non si danno risposte unitarie alle crisi che l'Ue sta vivendo? Non sono solamente gli agricoltori ad essere preoccupati, ma la maggior parte (il 76% da un'indagine del Censis) dei cittadini italiani, per i quali l'Ue non dovrebbe tagliare fondi ad agricoltura e welfare per finanziare spese militari. Hanno capito cosa fanno gli agricoltori per la società, nonostante i continui attacchi anche da autorevoli organi di informazione che si schierano sempre sul fronte del no: no agli allevamenti, no alle Tecniche di evoluzione assistita, non al progresso.

Non vogliamo un'Europa gestita da élite tecnicocratiche, che non ascolta la voce del Parlamento europeo, che calpesta l'opinione di 450 milioni di cittadini. Coldiretti è favorevole agli accordi internazionali, ma è contraria al Mercosur così come è stato definito, perché spalanca il mercato a produzioni che non rispettano le stesse regole ambientali, sociali e sanitarie, danneggiando l'agricoltura europea e mettendo a rischio la salute dei cittadini.

Si avvicina il Natale, chiudiamo con una buona notizia. La Cucina italiana è patrimonio immateriale dell'umanità, riconosciuta dall'Unesco. Un risultato che nasce dalla biodiversità italiana, dalle tradizioni in cucine, nelle famiglie, grazie alle materie prime dei nostri agricoltori, grazie a una storia che parte dai campi e arriva sulle tavole con amore, tradizione, capacità di valorizzare sapori e saperi. Siamo orgogliosi e, allo stesso tempo, vogliamo essere previdenti: estendiamo l'etichettatura e la tracciabilità dei prodotti, così da evitare che sul carro del Made in Italy salga qualche altro pirata dell'ultimo minuto (visto che lo scandalo Italian sounding costa già all'agroalimentare italiano 120 miliardi).

A tutti gli agricoltori, alle loro famiglie, ai lettori: buon Natale e che il 2026 porti pace e prosperità.



In piazza Broletto a Mantova

# Mercato coperto di Campagna Amica, traguardo vicino

La scaramanzia, presente a tavola come nella vita, impone di non innescare alcun conto alla rovescia. Niente date, ma qualche ipotesi, però, è necessaria. Mancano ancora alcuni mesi all'apertura del mercato coperto di Campagna Amica Mantova in piazza Broletto e nel palazzo che ospitò il Consorzio di bonifica Territori del Mincio. Verosimilmente, scongiuri e soprattutto burocrazia a parte, alla volta di aprile potrebbero essere aperti stabilmente i battenti del primo mercato coperto in provincia, ad arricchire una galassia di oltre 1.200 mercati di Campagna Amica in Italia (dei quali una settantina sono coperti).

“Un'apertura strategica nel cuore del centro storico – dichiara Giuseppe Groppelli, presidente di Campagna Amica e di Terranostra Mantova, da sempre in prima linea nei mercati e nei Villaggi di Coldiretti – con l'obiettivo di diventare un polo multifunzionale che va ben oltre la vendita diretta del cibo a km 0 dei nostri produttori”.

L'obiettivo è più articolato e il mercato punta a coinvolgere cittadini, turisti, consumatori, ma anche diventare una piattaforma distributiva per locali, ristoranti, bar ed enoteche con un'offerta di prodotti del territorio con una storia, una qualità e una filosofia ben precisa, che passa anche da un rapporto diretto con chi produce e vive la campagna in prima persona. “Vogliamo fare cultura del cibo e del territorio, promuovere corsi di cucina in collaborazione con il partner Csa, iniziative culturali, animare il centro storico in un luogo che storicamente è stata allo stesso tempo la casa degli agricoltori e dei cittadini, alla luce di un rapporto stretto fra acqua, agricoltura e vita, ma anche sicurezza idraulica del capoluogo e dei comuni limitrofi grazie alle principali attività del



consorzio: bonifica e regimazione delle acque e irrigazione”, spiega Groppelli.

Un luogo doppiamente simbolico, anche perché nel recente passato il palazzo storico di piazza Broletto ha ospitato per alcuni anni il primo McDonald's della città. Nessuna rivincita, ma un cambio di rotta dal fast food alla cucina più consapevole, un cibo che – per usare un'espressione di inizio millennio – è sempre più “g-local”, con radici fortemente innestate nel territorio e nella tradizione locale, ma una vocazione a conquistare il mondo per gusto, sapore, versatilità e salubrità, elemento chiave promosso anche nel progetto di educazione alimentare nelle scuole fortemente voluto da Coldiretti e declinato dalle Donne imprenditrici in oltre 200 classi fra città e provincia di Mantova.

Cultura e identità del nostro cibo tricolore che hanno recentemente conquistato il riconoscimento mondiale di patrimonio immateriale dell'Umanità grazie all'Unesco, a dispetto di chi sosteneva

che l'Italia agroalimentare fosse figlia meramente di leggende e di marketing costruito a tavolino.

Un luogo coperto per gli agricoltori mantovani che si aprono alla città, proseguendo un rapporto fra tessuto rurale e urbano che

ha radici secolari, testimoniate a Mantova dai palazzi della Masseria, dove si amministravano le risorse cittadine e si ammazzavano le scorte di granaglie, dall'antico Brolo, dai portici e da antichi spazi mercatali come piazza dell'Erbe.

“Vogliamo essere un ponte fra generazioni – spiega ancora Groppelli, portavoce di un gruppo di imprenditori agricoli sempre più affiatato, con un cuore grande anche per la solidarietà – e accogliere nel mercato coperto cittadini, consumatori, visitatori

di ogni età, dai nostri anziani fino ai giovani, con l'obiettivo anche di spiegare che l'agricoltura è un'opportunità concreta anche per chi vuole costruirsi un futuro nel verde e nella natura”.

Il modello del mercato degli agricoltori è vincente. “In Italia se ne servono stabilmente circa 15 milioni di persone – afferma Davide Nobis, coordinatore provinciale di Campagna Amica e Terranostra -. Da un recente sondaggio, inoltre, è emerso che l'86% dei consumatori vorrebbe avere un mercato vicino a casa. Una percentuale che sale al 93% nel Centro e Sud Italia e che conferma, di fatto, il desiderio di vicinanza col produttore per un rapporto di fiducia, di ricerca della qualità, dell'artigianalità del cibo”. Al mercato coperto di Campagna Amica Mantova in piazza Broletto e negli spazi del Palazzo ex sede Territori del Mincio si potranno trovare tutte le tipologie agroalimentari della filiera corta del territorio, dal Grana Padano al Parmigiano Reggiano, dal riso all'ortofrutta (melone mantovano Igp, pera mantovana Igp), passando per cereali, biscotti, salumi, carni, vino.



## La sede nel palazzo del Consorzio di Bonifica

La sede del Mercato coperto di Coldiretti Mantova in piazza Broletto ha ospitato per molti anni il Consorzio di Bonifica Territori del Mincio (istituito nel 2012 con la fusione dei precedenti consorzi Consorzio di bonifica Fossa di Pozzolo e Consorzio di bonifica Sud Ovest Mantova). Praticamente da sempre questo palazzo – eretto tra le fine del XIX e l'inizio del XX secolo, in un'epoca molto più moderna rispetto al resto della piazza e ai vicini Palazzi del Podestà e del Massaro, centri nevralgici del potere nella Mantova medievale. Con il Mercato coperto di Coldiretti Mantova il luogo torna a pieno titolo ad essere un luogo dell'agricoltura che si apre alla città e dialoga con cittadini, consumatori e turisti.

# A Quistello Coldiretti parla del “Valore del cibo”

*Appuntamento il 17 gennaio per la Festa di Sant'Antonio Abate*

Possiamo parlare in termini di economia. E allora la filiera del cibo in Italia supera i 700 miliardi di euro dalla terra alla tavola. Possiamo inquadrare la cucina in chiave di nazionalità. E così possiamo affermare che la cucina italiana “pesa” oltre 250 miliardi di euro e stimare che nel mondo oggi un ristorante su cinque è italiano e rappresenta il 19% del mercato globale dei ristoranti. Se spostiamo l'attenzione su un segmento particolare correlato

a cibo e vino abbiamo altri numeri che affrescano il fenomeno del turismo enogastronomico, che nel 2024 in Italia ha generato un business pari a 40,1 miliardi di euro, in crescita del 12% rispetto al 2023 e addirittura il 49% in più rispetto a dieci anni fa. Poi c'è lo spreco alimentare. Quanto vale? Secondo l'osservatorio Waste Watcher nel mondo vengono sprecate 1,05 miliardi di tonnellate di cibo e la lotta allo spreco è uno degli obiettivi

dell'Agenda 2030 dell'Onu. In Italia, per dare una cifra, lo spreco alimentare pesa per quasi 16 miliardi di euro. Numeri, visioni e concetti parziali, che non tengono conto della sfera legata alla storia, alla tradizione, al valore anche simbolico del cibo, alla socialità, agli aspetti anche religiosi che suggeriscono o impongono determinate diete alimentari, permettono o vietano alcuni prodotti sulle tavole dei fedeli.

Si pensi al mangiare di magro nei venerdì di Quaresima (una volta era tutto l'anno), ma anche al divieto di assumere alcolici o mangiare carne di maiale per gli islamici. Di “Valore del cibo” si parlerà sabato 17 gennaio a Quistello (ore 10, Cinema Teatro Lux), nel tradizionale convegno organizzato da Coldiretti Mantova con il patrocinio della Diocesi di Mantova per la festa di Sant'Antonio Abate, protettore degli animali

e patrono degli allevatori. Dopo i saluti istituzionali interverranno: don Manuel Beltrami della Diocesi di Mantova, Valentina Ambrosini, pedagogista all'Ispettorato di Locarno, Pietro Leemann, presidente Ecovillage & Sanctuary di Bordei e alimentarista. Un passato da grande cuoco, “chef ambassador” per Expo 2015, nel 1996 il suo ristorante Joia, a Milano, fu il primo locale vegetariano europeo a essere premiato con la stella Michelin.



Pietro Leemann

# La parola ai protagonisti del km 0 virgiliano

Che sensazioni vorresti che un cittadino provasse, passando davanti al tuo banco? È questo l'incipit di un breve scambio con alcuni degli operatori che hanno animato in questi weekend di dicembre il mercato di Campagna Amica Mantova. Le risposte confezionano in tre parole il sogno di aziende agricole familiari, multifunzionali, fortemente connesse alla cultura e alla tradizione agricola del territorio e convergono su tre parole: fiducia, curiosità, autenticità.

Il mercato di Campagna Amica – ce ne sono oltre 1.200 in Italia, strettamente connessi alla rete internazionale della World Farmers Markets Coalition, presente in 80 paesi per promuovere il valore del cibo locale, pulito e giusto – è questo: un luogo dove l'agricoltore si mette in gioco e il cittadino riscopre il valore reale del cibo tra filiera corta, km 0 e biodiversità.

## Giuseppe Groppelli

Castellaro Lagusello

(Prodotti da forno e trasformati)



### Perché è importante il mercato in città?

«Portiamo in centro non solo pane, sbrisolone e passate, ma una storia agricola che rischierebbe di restare invisibile. Il mercato è il ponte che unisce il nostro borgo a Mantova».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Più continuità: poter incontrare i clienti anche con il maltempo e avere uno spazio che racconti la qualità artigianale del nostro territorio».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Ogni volta che scegliete un prodotto locale, sostenete un pezzo della nostra campagna».

## Giovanni Valli

San Giorgio Bigarello

(Riso)



### Perché è importante il mercato in città?

«Il riso è un alimento identitario. Qui possiamo raccontare le varietà, spiegare come nasce un chicco. La città ritrova il contatto con le sue risaie».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Sarà un luogo che valorizza le produzioni stagionali. Un punto fisso dove sapere che il riso "di casa" c'è sempre».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«La filiera corta è trasparenza: venite a chiederci tutto, dal seme alla tavola».

## Simone Ranzato

Rivalta sul Mincio

(Formaggi e caciotte di razza Bianca Val Padana)



### Perché è importante il mercato in città?

«La nostra razza, la Bianca Val Padana, è un patrimonio da tutelare. Al mercato possiamo farla conoscere e far assaggiare il risultato di un lavoro lento, non industriale».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Uno spazio dove raccontare le piccole produzioni di qualità senza essere condizionati dal caldo e dal freddo».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Dietro ogni forma c'è un allevamento che resiste grazie a voi».

## Sergio Salzani

Roverbella

(Ortofrutta e attività didattiche)



### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Una vetrina più stabile per spiegare i diversi mieli che si producono sui territori e far conoscere la nostra apicoltura».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Scegliere miele locale significa proteggere il territorio e creare una relazione fra agricoltori e cittadini».

### Perché è importante il mercato in città?

«Perché la città ha bisogno di vedere chi coltiva. I bambini che portiamo nelle nostre aziende agricole con il progetto di Coldiretti legato alla didattica e all'educazione alimentare nelle scuole lo capiscono subito: il cibo nasce dalla terra, non dagli scaffali».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Lo immagino come una casa dell'educazione alimentare, dove fare attività e incontri tutto l'anno».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Chiedete sempre la storia di ciò che mangiate. Noi siamo qui per raccontarvela».

## Cristina Gavrila

Bagnolo San Vito

(Miele)



### Perché è importante il mercato in città?

«Le api sono sentinelle dell'ambiente. Stare in città ci permette di parlare di biodiversità a chi magari non vive vicino alla campagna».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Una vetrina più stabile per spiegare i diversi mieli che si producono sui territori e far conoscere la nostra apicoltura».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Scegliere miele locale significa proteggere il territorio e creare una relazione fra agricoltori e cittadini».

## Patrizio Da Olio

Suzzara

(Ortofrutta)



### Perché è importante il mercato in città?

«Perché il mercato è freschezza immediata: ciò che raccogliamo arriva in città in poche ore. Nessun passaggio inutile».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Un posto dove poter proporre più varietà, anche quelle meno conosciute».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«La stagionalità non è una moda: è il modo migliore per mangiare bene».

## Milena Del Bon

Casalmaggiore

(Fiori)



### Perché è importante il mercato in città?

«I fiori portano bellezza, ma soprattutto raccontano che anche il florovivaismo è agricoltura. Qui possiamo dialogare direttamente con chi passa».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Un'opportunità per organizzare laboratori e mostrare più specie senza paura del clima».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Un fiore comprato da un produttore locale dura di più, perché nasce vicino a voi».

## Simone Rossini

Ostiglia

(Lumache e cosmesi naturale)



### Perché è importante il mercato in città?

«Sarà un luogo dove far conoscere più a fondo le trasformazioni artigianali fatte in azienda».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Comprare locale significa sostenere famiglie che lavorano con cura, ogni giorno».

nostra azienda agricola. Il cliente capisce la complessità del nostro lavoro».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Sarà un luogo dove far conoscere più a fondo le trasformazioni artigianali fatte in azienda».

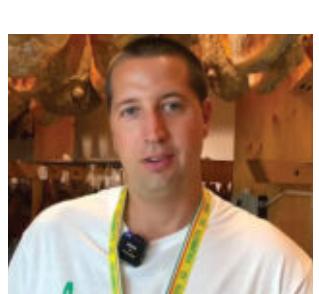
### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Comprare locale significa sostenere famiglie che lavorano con cura, ogni giorno».

## Simone Salvarani

Roncoferraro

(Carni suine e salumi)



### Perché è importante il mercato in città?

«Il mercato è il luogo ideale per spiegare produzioni particolari come la elicoltura, che molti non conoscono».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Uno spazio più ordinato e accogliente per far capire i benefici dei prodotti naturali a base di bava di lumaca».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Innovazione e tradizione possono convivere: date fiducia alle realtà che sperimentano».

## Elisa Guarneri

Castelbelforte

(Riso, mostarde, succhi di frutta)



### Perché è importante il mercato in città?

«Per noi il mercato è il luogo dove far capire cosa significa lavorare il maiale "come una volta": senza scorciatoie, con stagionature vere e materie prime nostre. In città possiamo far riscoprire la differenza fra un prodotto come il nostro e altre carni suine e salumi».

### Cosa ti aspetti dal mercato coperto?

«Uno spazio più ordinato e refrigerato dove valorizzare i salumi artigianali e garantire al cliente una continuità anche nei mesi più caldi».

### Quale messaggio consegnare da produttore ai cittadini?

«Quando scegliete un salume locale, sostenete una filiera che cura gli animali e il territorio con responsabilità».

## La candidatura avanzata a Bruxelles

# Coldiretti vuole in Italia la sede dell'Authority doganale

**Prandini: il nostro Paese ha il primato della sicurezza alimentare**

“La scelta dell’Italia come sede dell’Authority doganale sarebbe quella più logica considerato che il nostro Paese ha il primato della sicurezza alimentare, con i prodotti agroalimentari tricolori che sono nove volte più sicuri rispetto a quelli importati”. È il commento di Coldiretti e Filiera Italia in occasione della presentazione ufficiale a Bruxelles della candidatura italiana, alla presenza dei

ministri dell’Economia e dell’Agricoltura, Giancarlo Giorgetti e Francesco Lollobrigida, e del sindaco di Roma, Roberto Gualtieri. L’iniziativa raccoglie una proposta di Coldiretti presentata al Villaggio di Bologna e rappresenta un’occasione storica per un cambiamento profondo nella gestione dei controlli sui prodotti alimentari che entrano nell’Unione Europea.

Si calcola che soltanto una minima parte dei prodotti alimentari che entrano in Europa venga sottoposta a controlli volti a verificare la sicurezza effettiva, oltre alla semplice analisi documentale. L’attuale sistema, che affida ai singoli Stati membri la scelta delle verifiche – osserva Coldiretti – genera spesso margini di discrezionalità, che finisce per permettere di far transitare di

tutto, in violazione dei principi di reciprocità normativa e di tutela della sicurezza alimentare dei consumatori. Un quadro inaccettabile, che penalizza profondamente l’agricoltura italiana, riconosciuta per i propri primati di qualità e unicità. Le imprese agricole nazionali, sottoposte ogni anno a innumerevoli controlli, devono così sopportare anche l’ingiustizia di ve-

dere immesse sul mercato merci prodotte con pesticidi e antibiotici vietati da tempo nell’Unione europea. Il tema dei controlli è una battaglia storica di Coldiretti, con manifestazioni ai confini e ai porti che hanno coinvolto decine di migliaia di agricoltori. “Occorre arrivare a un sistema di controllo che copra il 100% dei prodotti, concentrando in particolare sulle filiere che risultano già compromesse all’origine. Va riconosciuto al ministro dell’Agricoltura Lollobrigida il merito di aver dato seguito a una nostra richiesta. Non è accettabile che l’agricoltura con il maggior tasso di distinzione e potenziale venga continuamente esposta ad attacchi che ne mettono a rischio il valore” dichiara il segretario generale di Coldiretti, Vincenzo Gesmundo.



CON IL CONTRIBUTO DI  
CAMERA DI COMMERCIO  
CREMONA - MANTOVA - PAVIA

# “NATALE A PALAZZO: MERCATINI DEI PRODUTTORI IN PIAZZA BROLETTO”,

Un percorso di tradizione e  
qualità nel cuore di Mantova.



**REGALA TRADIZIONE  
E GENUINITÀ**

La cucina italiana  
patrimonio Unesco

*Natale a Palazzo*  
con i Produttori di Campagna Amica

[WWW.CAMPAGNAMICA.IT](http://WWW.CAMPAGNAMICA.IT)

“Cose buone, persone buone”

