

BIOLOGICO

Al congresso conclusivo Inea sugli Stati generali un manifesto che delinea le strategie per il settore

La nuova frontiera «agro-ecologica»

Povellato: «Rotazioni inevitabili, valore aggiunto ambientale per differenziare le produzioni»

Il nuovo corso è quello indicato dalla catena WalMart che, negli Usa, ha cominciato a vendere prodotti agricoli biologici locali. Un'innovazione doppia, considerando la politica commerciale a basso prezzo tipica di questi negozi. Questo il messaggio chiave snocciolato con incisività a chiusura degli Stati generali del biologico che, dopo otto mesi di incontri seminari tematici, ha «tirato le fila» presentando a Padova il primo manifesto italiano del biologico. Undici punti per creare un «modello» utile a rafforzare le strategie della politica agricola nei confronti della filiera e delle quote di mercato ma anche per attivare nuovi sussidi a sostegno delle produzioni (si veda articolo in pagina).

Perché mangiare «bio» non è più solo una moda ma una scelta consapevole che gradualmente si è ricavata un suo spazio: circa il 3% del mercato nazionale, con un fatturato annuo di oltre tre miliardi di euro e consumi in crescita del 5,4% (dati 2008). Le imprese bio sono tra l'altro le più dinamiche

nel panorama: il 65% degli imprenditori è giovane (quasi i 2/3 del totale) e scolarizzato: il 17% è laureato, oltre il 50% possiede un diploma. È qui, inoltre, la percentuale più alta di donne imprenditrici. Il manifesto sarà presentato col nuovo anno all'attenzione del ministero dell'Agricoltura.

La necessità è quella di differenziare queste produzioni che si basano sul concetto di

LE CIFRE DEL BIOLOGICO NAZIONALE	
3%	5,4%
Quota di mercato nazionale coperta dai prodotti biologici	Crescita dei consumi nazionali di bioprodotto nel 2008 (dati Ismea)
3 mila	50 mila
Fatturato annuo (dati in euro) del biologico in Italia	Operatori certificati del settore (dati Sinab 2008)

sostenibilità e beneficio sociale. «Il biologico deve avere e mantenere un'identità - spiega Andrea Povellato dell'Inea - e le due caratteristiche premianti sono la qualità e l'ambiente. Per questo non deve seguire i dettami dell'agricoltura standard ma adottare un approccio più ambizioso e anche più difficile che è quello agro-ecologico. Un sfida che richiede un'evoluzione culturale e d'im-

presa. In questo scenario, di lungo periodo - conclude alludendo alla diatriba degli ultimi mesi (si veda «Agrisoie» n. 43/2009) - credo che il meccanismo delle rotazioni sarà inevitabile».

L'approccio agro-ecologico unisce infatti alla riduzione input esterni la valorizzazione delle risorse degli agro-ecosistemi. La priorità è quindi quella di aumentare l'agro-biodiversità. «Quella genetica - spiega Paolo Barberi, della Scuola superiore Sant'Anna, Pisa - con un ampliamento della base genetica delle cultivar e delle razze e l'allevamento di più genotipi per specie, per esempio la consociazione varietale nei cereali. La biodiversità di specie, con la diversificazione degli avvicendamenti colturali nel tempo e nello spazio (rotazioni più lunghe, colture di copertura/sovescio, consociazioni e infine biodiversità degli habitat, con la diversificazione dei sistemi agricoli a scala aziendale e di paesaggio. *

LEONORA VALLIN

E.V.

Logo nazionale, si decide entro aprile

Alcuni paesi l'hanno già adottato: Francia, Germania, Danimarca, Spagna e Austria. L'Italia, per ora, ha avviato uno studio di fattibilità. L'obiettivo è affiancare al logo comunitario - oggi facoltativo ma obbligatorio dal 1° luglio 2010 - un marchio biologico nazionale.

La disciplina Ue lo consente, le necessità di differenziazione e di corretta

informazione al consumatore lo richiedono. La diatriba oggi in corso è però tra l'adozione di un marchio collettivo pubblico o un semplice logo distintivo. Nel primo caso, l'etichetta non sarebbe legata all'origine del prodotto ma servirebbe a specificare le qualità intrinseche, indicando nell'autorità pubblica il soggetto garante. Una soluzione, questa, a tutela dei principi della

libera concorrenza. Nel secondo caso, invece, la scelta valorizzerebbe il made in Italy quale stile di vita e consumo. Ma i segni grafici (loghi) qualificabili come marchi e non come modo di rendere nota in etichetta l'origine italiana del prodotto, contrastano con la posizione Ue secondo cui l'origine geografica deve essere comunicata solo attraverso Dop e Igp o marchio

collettivo privato. «La soluzione migliore - spiega Sabrina Giuca dell'Inea - sarebbe dunque un segno grafico (e non un marchio) che rafforzi la dicitura "Agricoltura italiana" attestante l'origine geografica e la filiera. I pro e contro dipendono, in ogni caso, dalla sua gestione». La decisione è attesa entro aprile. *

INTERVENTO

LINO CARLO RAVA*

Aiuto pubblico all'impresa e prezzo per remunerare la funzione sociale

Idati del biologico dimostrano la rilevante dinamicità del settore sottoposto a pressioni notevoli sia sul fronte del consumo (la domanda di prodotti biologici è in considerevole aumento) sia a livello di produzione, dove è evidente l'esigenza di aggiustamenti per rispondere alla domanda in crescita e per caratterizzarne meglio la configurazione.

Gli stati generali per lo sviluppo dell'agricoltura biologica sono stati finanziati nell'ambito del piano

rappresentato un'occasione di confronto fra i protagonisti del biologico per identificare i problemi del settore e le relative priorità con modalità partecipativa. Lo scopo principale è stato quello di stimolare riflessioni e proposte da parte degli attori non governativi, portando le loro conclusioni all'attenzione

progetto prevista per il prossimo mese di aprile) un ulteriore allargamento del confronto.

Gli stati generali hanno rappresentato anche l'occasione per condurre altre due attività inerenti il biologico: un focus sul nuovo regolamento comunitario per l'agricoltura biologica, con l'obiettivo di speri-

prodotto innanzitutto le proposte e raccomandazioni per orientare l'azione amministrativa in favore dello sviluppo del biologico.

Tali proposte sono alla base del «Manifesto del biologico italiano», presentato durante il convegno, e vengono riportate in maniera dettagliata nel rap-

forzamento e consolidamento che riguarda sia la fase di produzione primaria che le altre fasi della filiera.

Questo processo dovrà essere favorito da un adeguato sostegno pubblico che, oltre agli specifici interventi di settore, faccia riferimento (e si integri) a una strategia, quale quella

zione di incombenze burocratiche;

- dovranno essere garantiti adeguati sbocchi di mercato;

- dovrà essere assicurato un percorso formativo idoneo e una migliore assistenza alla gestione aziendale e al marketing.

Differenziazione dei canali distributivi, rafforzamento del carattere distintivo dei prodotti biologici (qualità, sostenibilità lungo tutta la filiera) sono invece gli elementi principali della strategia da adottare per la fase distributiva del biologico.

LEONORA VALLIN

metà del secolo scorso. Il suo spazio, circa il 3% del mercato nazionale, con un fatturato annuo di oltre tre miliardi di euro e consumi in crescita del 5,4% (dal 2008). Le imprese bio sono tra l'altro le più dinamiche

del settore. Il mercato è regolato dal D. L. n. 27/10, un marchio biologico nazionale.

La disciplina Ue lo consente, le necessità di differenziazione e di corretta

ma servivente a specificare le qualità intrinseche, indicando nell'autorità pubblica il soggetto garante. Una soluzione, questa, a tutela dei principi della

ne italiana del prodotto, contrastano con la posizione Ue secondo cui l'origine geografica deve essere comunicata solo attraverso Dop e Igp o marchio

contro dipendente, in ogni caso, dalla sua gestione». La decisione è attesa entro aprile. •

ogni habitat, con le diversificazione dei sistemi agricoli a scala aziendale e di paesaggio. •

ELEONORA VALIN

E.V.

LINO CARLO RAVA*

I dati del biologico dimostrano la rilevante dinamicità del settore sottoposto a pressioni notevoli sia sul fronte del consumo (la domanda di prodotti biologici è in considerevole aumento) sia a livello di produzione, dove è evidente l'esigenza di aggiustamenti per rispondere alla domanda in crescita e per caratterizzarne meglio la configurazione.

Gli stati generali per lo sviluppo dell'agricoltura biologica sono stati finanziati nell'ambito del piano di azione nazionale per l'agricoltura biologica dal Mipaaf che ne ha affidato il coordinamento all'Inea.

L'Istituto nel corso dell'anno ha condotto le attività con la collaborazione della Provincia di Padova, per quel che riguarda gli aspetti organizzativi degli eventi congressuali (convegni di apertura e chiusura e workshop per il Nord) e la conduzione del Focus sul nuovo regolamento comunitario per l'agricoltura biologica e delle Agenzie di sviluppo agricolo per la Toscana e la Basilicata (Arisa e Alsia) per i workshop territoriali (Centro e Sud).

Gli stati generali hanno

Aiuto pubblico all'impresa e prezzo per remunerare la funzione sociale

rappresentato un'occasione di confronto fra i protagonisti del biologico per identificare i problemi del settore e le relative priorità con modalità partecipativa. Lo scopo principale è stato quello di stimolare riflessioni e proposte da parte degli attori non governativi, portando le loro conclusioni all'attenzione dei responsabili politici e delle istituzioni pubbliche per favorire lo sviluppo del sistema biologico italiano.

Per favorire il dibattito, sono stati costituiti gruppi tematici ristretti, in cui si è cercato il coinvolgimento delle parti rappresentative della realtà biologica italiana, e occasioni di confronto più allargate (workshop territoriali organizzati al Nord, Centro e Sud) lungo percorsi collegati che hanno consentito di dibattere le varie questioni via via emerse. Un forum di discussione disponibile sul sito del progetto (www.inea.it/statigeneralfbio) ha poi consentito di concentrare l'attenzione alla scadenza del

progetto prevista per il prossimo mese di aprile) un ulteriore allargamento del confronto.

Gli stati generali hanno rappresentato anche l'occasione per condurre altre due attività inerenti il biologico: un focus sul nuovo regolamento comunitario per l'agricoltura biologica, con l'obiettivo di sperimentare un servizio infor-

prodotto innanzitutto le proposte e raccomandazioni per orientare l'azione amministrativa in favore dello sviluppo del biologico.

Tali proposte sono alla base del «Manifesto del biologico italiano», presentato durante il convegno, e vengono riportate in maniera dettagliata nel rapporto provvisorio, anch'es-

Un sistema di controlli più snello e flessibile dovrebbe garantire una consistente riduzione degli adempimenti burocratici

mativo sulla materia, e uno studio di fattibilità per l'introduzione di un logo nazionale del biologico.

Il convegno conclusivo ha avuto un duplice obiettivo, presentare i risultati dell'attività condotta e sottoporre all'attenzione dei policy makers le proposte e raccomandazioni che sono emerse durante il dibattito.

Gli stati generali hanno

so distribuito durante il convegno.

Si tratta di una serie di azioni richieste per risolvere i nodi della produzione biologica e della relativa distribuzione, nonché per migliorare l'area della conoscenza (ricerca, formazione ed educazione del consumatore).

Secondo tali azioni, lo sviluppo del settore passerà per un processo di raf-

forzamento e consolidamento che riguarda sia la fase di produzione primaria che le altre fasi della filiera.

Questo processo dovrà essere favorito da un adeguato sostegno pubblico che, oltre agli specifici interventi di settore, faccia riferimento (e si integri) a una strategia, quale quella dello sviluppo rurale, che persegue obiettivi ampi e a livelli diversi (socio-economico, territoriale).

Gli interventi dovranno essere mirati in particolare al riequilibrio delle varie componenti lungo la filiera, con un maggior potere contrattuale della componente aziendale agricola, a cui inoltre:

- dovrà essere riconosciuto adeguatamente il contributo sociale (ambientale) e la qualità prodotti, tramite il sostegno pubblico e il prezzo, garantendo così una remunerazione equa;

- un sistema di certificazione/controlli più snello e flessibile dovrà garantire una consistente ridu-

zione di incombenze burocratiche;

- dovranno essere garantiti adeguati sbocchi di mercato;

- dovrà essere assicurato un percorso formativo idoneo e una migliore assistenza alla gestione aziendale e al marketing.

Differenziazione dei canali distributivi, rafforzamento del carattere distintivo dei prodotti biologici (qualità), sostenibilità lungo tutta la filiera sono invece gli elementi principali della strategia da adottare per la fase distributiva del biologico.

Per quel che riguarda l'area della conoscenza, è emersa una forte necessità di rafforzare gli interventi volti a garantire un adeguato flusso di informazioni verso l'agricoltura biologica per favorire il consolidamento di modelli produttivi «non convenzionali» competitivi e adeguati all'attuale contesto socio-economico. Nel contempo

è necessario «comunicare il biologico» all'esterno facendo leva su stili di vita più rispondenti a modelli di sviluppo sostenibile e quindi evidenziando i valori del biologico in termini di protezione ambientale, sicurezza alimentare e consumo sostenibile. •

*Presidenti dell'Inea