



SOMMARIO – n. 3 – 28 Settembre 2012

- Intervista a Teresa De Matthaëis – Dirigente MIPAAF settore Agricoltura biologica
- Le motivazioni delle scelte del consumatore biologico in Italia
- Intervista a Santo Bellina dell'OP La Maggiolina
- Authentic Food: un nuovo progetto per combattere le frodi alimentari
- Aggiornamenti legislativi
- Eventi: La Bio Domenica
- Dicono del Bio

Intervista a Teresa De Matthaëis – dirigente MIPAAF settore agricoltura biologica

Intervistiamo la Dott.ssa Teresa De Matthaëis, Dirigente del MIPAAF (D.G. Promozione della Qualità Agroalimentare – Sez. V - Agricoltura biologica) le cui competenze riguardano:

- *la trattazione, la cura e la rappresentanza in sede di Unione Europea e nazionale degli interessi agricoli ed agroindustriali in materia di agricoltura biologica.*
- *la predisposizione delle disposizioni nazionali e degli altri atti necessari ad assicurare l'applicazione della Regolamentazione UE in materia di agricoltura biologica.*
- *il coordinamento in materia di agricoltura biologica; della disciplina generale e del coordinamento in materia di attività agricole ecocompatibili.*
- *il raccordo nelle materie delle attività agricole ecocompatibili con gli altri ministeri competenti in materia di sviluppo sostenibile.*

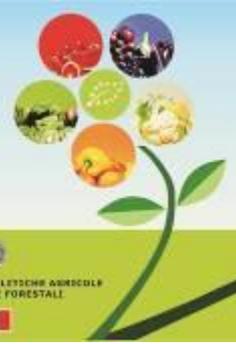
Tra le principali novità normative relative al biologico è stato annunciato l'avvio del sistema informatizzato per la gestione delle notifiche. Di cosa si tratta?

Da diversi anni, in tutta Europa, il notevole sviluppo del biologico e, parimenti, degli



interessi anche economici legati al comparto, ha reso necessaria una gestione standardizzata e quanto più trasparente possibile delle informazioni relative agli operatori che scelgono di fare agricoltura biologica.

Lo scorso anno l'Unione Europea ha emanato uno specifico regolamento che impone a tutti gli Stati Membri di rendere noti, anche con la pubblicazione su internet, l'elenco degli



operatori e la documentazione relativa alla certificazione di tutti gli operatori.

Ma già ben prima in Italia si era dato avvio ad un importante progetto di informatizzazione per allineare le informazioni degli operatori biologici a quelle dei fascicoli aziendali del SIAN, che aveva per obiettivo la semplificazione del sistema e il miglioramento della gestione delle informazioni per il controllo e la vigilanza del settore.

Quali sono i passi compiuti per la realizzazione del sistema?

Già da tre anni viene periodicamente pubblicato su SIAN un elenco completo di tutti gli operatori riconosciuti idonei dagli Organismi di certificazione. Questo elenco viene validato da tutte le Regioni, ciascuna per quanto di propria competenza, ed è aggiornato al 31 dicembre di ogni anno.

Per la prima volta quest'anno oltre all'elenco è stato reso disponibile anche il documento giustificativo di ogni operatore. In questo modo l'Italia, con un anno di anticipo rispetto alle scadenze dettate dalla Commissione, si è adeguata alle richieste del Regolamento Europeo

Ma il passo più importante, per avere un aggiornamento in tempo reale della posizione di tutti gli operatori, è l'obbligo di effettuare la notifica on line, direttamente su SIAN.

Come funziona il Sistema Informativo per il Biologico?

Le Amministrazioni regionali stanno definendo le modalità di accesso al sistema per gli operatori che intendono notificare per il biologico. A seconda della scelta regionale gli operatori potranno collegarsi, direttamente

o per il tramite dei soggetti delegati, al sistema SIB e dovranno compilare una specifica modulistica, già in parte precompilata sulla base dei dati contenuti nel fascicolo aziendale SIAN.

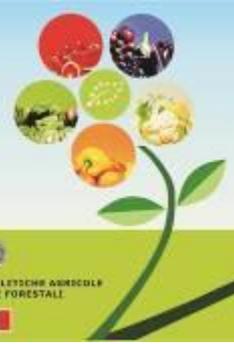
Queste informazioni arriveranno direttamente all' Organismo di certificazione prescelto e alla Regione competente, che provvederanno a loro volta ad effettuare le verifiche necessarie e ad inserire a sistema i documenti di certificazione.

Per le Regioni che hanno sviluppato dei propri sistemi informativi si stanno sviluppando apposite piattaforme di scambio dati per garantire un aggiornamento uniforme del sistema nazionale.

A che punto è la realizzazione del sistema? Quali sviluppi futuri sono previsti?

Il progetto è stato ideato con uno sviluppo della gestione delle informazioni a fasi successive, con un livello crescente dei dettagli informativi gestiti: nella prima fase ci si è concentrati sulla realizzazione degli elenchi anagrafici, poi si è passati alla gestione delle notifiche on line, per arrivare infine alla gestione dei programmi annuali di produzione e dei documenti di certificazione. Tutto il processo si è dovuto sviluppare con la realizzazione in parallelo degli applicativi informatici e dei Decreti applicativi. Attualmente sta prendendo il via la fase di applicazione della notifica on line, ma siamo già pronti con gli applicativi ed i Decreti per la gestione dei Programmi produttivi.

È stato un impegno notevole che auspichiamo possa dare delle risposte utili per l'affermazione del biologico italiano.



Le motivazioni delle scelte del consumatore biologico in Italia

Nota ⁽¹⁾

L'Università degli Studi di Parma ha effettuato una ricerca sulle determinanti del comportamento di consumo e di acquisto dei prodotti biologici in Italia.

Dalla ricerca emerge che le motivazioni che spingono al consumo dei prodotti biologici sono legate alla salute, al concetto di genuinità dei prodotti, della loro qualità e gusto, della sicurezza alimentare, della tutela e rispetto dell'ambiente e dello stile di vita che spesso i consumatori bio si danno. Le ragioni invece per le quali si tende a non consumare il biologico dipendono da un elevato prezzo di acquisto, una scarsa visibilità ed offerta dei prodotti, dalla scarsa informazione sui prodotti biologici, dalla diffidenza verso i prodotti biologici che a volte non sono considerati dai consumatori rispettosi dei disciplinari di produzione.

Di fronte ai canali di distribuzione, il consumatore ha due tipologie di scelte: quella specializzata scelta per la qualità del servizio del punto vendita e del personale specializzato; la grande distribuzione scelta per la convenienza, la comodità, la possibilità di acquistare sia bio che convenzionale, maggiore affidabilità dei controlli effettuati dalla GDO (grande distribuzione organizzata).

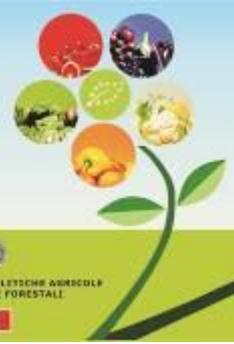
La ricerca traccia alcuni profili del consumatore biologico di seguito riassunti:

- Radicali: il biologico è uno stile di vita; consumano abitualmente cibi biologici e

quando possono li producono guidati da criteri motivazionali etici, salutistici ed ambientali molto forti. Sono informati, esperti ed hanno una forte capacità critica. In genere si fidano maggiormente del piccolo negoziante.

- Razionali: il biologico è importante, ma non essenziale; consumano biologico per motivazioni salutistiche, etiche ed ambientali e si impegnano su altri fronti conducendo uno stile di vita sano e sostenibile. Sono consapevoli della fatica di “vivere biologico” e valutano alternative sul piano dei canali distributivi e dei prodotti, in base al tempo, accessibilità ed ai prezzi. Sono ben informati sulla qualità dei prodotti, che determina le loro scelte di acquisto, così come la tipologia e qualità dei punti vendita. Si fidano soprattutto del canale specializzato e prediligono prodotti locali e naturali.
- Fiduciari: il biologico è garanzia certificata; il biologico non fa parte di una scelta di vita, ma riguarda solo l'alimentazione. Sono emotivi e nostalgici e scelgono il biologico per esigenze di rassicurazione, per ritrovare una sorta di genuinità e naturalità dei prodotti. Sono sufficientemente informati, ma non esperti e pertanto basano le loro scelte solo sul marchio, le certificazioni e l'estetica del prodotto. Sono molto fedeli al punto vendita ed al marchio del distributore in cui ripongono molta fiducia.
- Pragmatici: biologico è libertà di scelta; anch'essi moderati, si limitano principalmente a consumare biologico, ma il biologico non fa parte di una scelta di vita. Il consumo del biologico è spinto da una scelta salutista e da ragioni di sostenibilità. In genere privilegiano la grande distribuzione per motivi di

¹ Commenti alla ricerca “Le determinanti del comportamento di consumo e di acquisto dei prodotti biologici in Italia: i risultati della ricerca” Università degli Studi di Parma, Silvia Bellini



comodità. Sono informati, ma non esperti quindi scelgono in base all'etichetta ed all'imballaggio e la conservabilità del

prodotto. Hanno fiducia nella grande distribuzione e nella certificazione.

Intervista a Santo Bellina dell'OP La Maggiolina



Abbiamo intervistato Santo Bellina, consigliere dell'OP La Maggiolina e da 25 anni punto di riferimento per l'intera filiera delle insalate.

L'OP La Maggiolina è stata costituita nel 2008 con lo scopo di assicurare la programmazione della produzione dei soci produttori ed adeguarla alla domanda, sia in termini qualitativi sia quantitativi, di ottimizzare i costi di produzione delle aziende socie e promuovere il rispetto dell'ambiente attraverso metodi di produzione e di gestione a basso impatto ambientale, in particolare a tutela della qualità delle acque, dei suoli, del paesaggio e la salvaguardia delle biodiversità. Le aziende socie hanno sede in Campania, Lombardia e Veneto per una superficie complessiva pari a 98 ettari dei quali ben 58

condotti con metodi di agricoltura biologica. Le aziende collocate in Campania e Lombardia, i due principali poli produttivi italiani, sono specializzate nella produzione di baby leaf (lattughini da sfalcio, rucola selvatica, valerianella, spinacino, oriental greens).

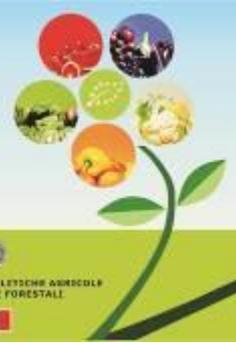
Qual è il profilo dei vostri clienti?

I nostri clienti sono soprattutto aziende che producono e commercializzano insalate di IV gamma nel mercato italiano. Sul mercato estero i clienti sono rappresentati dalla grande distribuzione e da altre aziende che producono insalate in busta. Sin dalla sua costituzione e riconoscimento come OP, La Maggiolina, ha valorizzato la materia prima dei soci produttori commercializzando anche prodotti di I gamma bio (insalata in busta non lavata), con aggiunta di servizi di selezione, pesatura e confezionamento, molto apprezzati soprattutto sul mercato tedesco.

In quali mercati esportate?

Oltre al mercato tedesco appena citato, che da solo assorbe il 30% della nostra produzione





biologica, abbiamo clienti storici in Inghilterra, Francia, Danimarca, Spagna ed Olanda.

Quali sono i paesi che in prospettiva futura potranno interessare la vostra OP?

I paesi del nord Europa, così come quelli dell'Europa dell'est, sono quelli che, come prospettive future, fanno registrare un incremento dei consumi nel comparto del biologico.

Il mercato tedesco e quello danese hanno ancora grandi potenzialità di sviluppo, infatti stiamo collaborando con i nostri soci produttori per essere maggiormente competitivi in termini varietali, qualitativi e tecniche produttive in modo da assecondare le loro esigenze future.

Come si sta sviluppando il mercato biologico italiano dei prodotti trattati dalla vostra organizzazione?

Il mercato biologico italiano sta crescendo con un tasso inferiore rispetto a quello europeo e per questo auspichiamo, da parte delle istituzioni e dei mass-media, una opportuna sensibilizzazione verso il consumatore finale finalizzata all'incremento delle attuali quote di mercato.



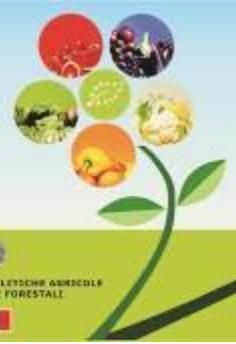
“AuthenticFood” un nuovo progetto per combattere le frodi alimentari nel settore biologico.



L'industria agroalimentare biologica avrà presto un mezzo affidabile per identificare i prodotti che sono falsamente definiti biologici.

Si tratta dello studio «AuthenticFood», coordinato dalla Facoltà di Scienze dell'Università di Copenhagen che fa capo ad un vasto progetto europeo per fronteggiare il crescente problema delle frodi alimentari nel biologico.

Nei prossimi tre anni, scienziati di undici paesi universitari, effettueranno analisi specifiche sulle produzioni di grano, semola di grano duro, pomodori e passata di pomodori, al fine di determinare delle differenze nella composizione chimica fra i prodotti biologici e convenzionali e la loro provenienza geografica.



Il Prof. Søren Husted, coordinatore del progetto, afferma:

«Vogliamo offrire al settore agroalimentare uno strumento efficace in modo che sia possibile proteggere i prodotti da adulterazioni o false etichettature. Siamo fiduciosi che potremo evidenziare le differenze fra un prodotto ottenuto con tecniche di produzione biologico ed uno di tipo convenzionale. I nostri risultati aumenteranno senza dubbio la credibilità della produzione biologica e quindi impediranno future eco truffe».

Lo studio si basa su tre tecniche: spettrometria di massa, analisi delle molecole ed analisi dei residui dei pesticidi. Gli esperti sono convinti che la composizione chimica della frutta e della verdura indichi come sia stata prodotta, lo conferma il Dr. Simon Kelly, parte del gruppo di scienziati di AuthenticFood ed esperto in isotopia stabile di spettrometria di massa che afferma: *«Non vi è alcun dubbio che studiando gli isotopi stabili si possano avere informazioni sui metodi usati per produrre gli alimenti».*

Inoltre l'uso di qualsiasi pesticida si può tracciare in laboratorio, così come le differenze delle caratteristiche geografiche del suolo, lasciando quasi delle impronte digitali ai ricercatori.

Biologico e convenzionale differiscono per diversi motivi che possono essere misurati analizzando la composizione chimica della frutta e della verdura. In agricoltura biologica,

si devono soddisfare un certo numero di requisiti specifici, per esempio gli agricoltori non sono autorizzati ad utilizzare pesticidi, che è chiaramente visibile dal metaboloma, ovvero il contenuto totale di composti chimici. Solo i fertilizzanti organici, come il concime animale, il compost ed il concime verde possono essere aggiunti alla produzione biologica e questa fonte di concimazione può essere tracciata nella composizione degli isotopi stabili delle piante.

L'origine geografica dei prodotti alimentari può essere misurata chimicamente. Se per esempio si producono vegetali a 50 Km a sud di Copenhagen, si noterà che il suolo ha una composizione mineralogica particolare e che le piante che crescono in quell'area hanno un'impronta digitale piuttosto unica, tipica della zona.

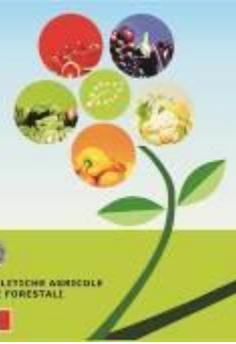
Il progetto è fondato da CORE Organic II e opererà nei prossimi tre anni come parte del programma ERA-NET, progetto FP7 «Coordinamento della ricerca europea transnazionale in alimenti biologici e sistemi agricoli».



University of Copenhagen - DK

Contact

Professor Søren Husted, Department of
Agriculture and Ecology, Faculty of
Science



Eventi: La Bio Domenica

BIO DOMENICA

(dal sito www.biodomenica.wordpress.com)

Il 7 ottobre 2012 nelle principali piazze italiane si terrà la XIII edizione della BioDomenica, organizzata da AIAB (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica) in collaborazione con Coldiretti e Legambiente.

La BioDomenica è una giornata nazionale di incontro tra il mondo agricolo e i cittadini per promuovere il consumo di prodotti sicuri e di qualità, legati al territorio, alle sue tradizioni e alla sua cultura. Un evento per far conoscere le tecniche produttive e le pratiche agronomiche ecocompatibili, la loro praticabilità in tutto il pianeta, e la loro capacità di favorire un'equa ripartizione delle risorse, garantendone la loro conservazione per le generazioni future.

La BioDomenica non è un mercato di prodotti biologici, ma essenzialmente un incontro culturale a cui partecipano produttori, cittadini/consumatori, aziende agrituristiche, associazioni ambientaliste, enti parco e diverse associazioni di volontariato.

Nelle oltre 100 piazze, elencate nella pagina del sito (<http://biodomenica.blogspot.it/p/le-piazze-della-biodomenica-2011.html>), si organizzano incontri, dibattiti, convegni e workshop nonché degustazioni di diversi prodotti e mostre informative.

In particolare quest'anno nelle principali piazze i cittadini potranno partecipare alle "officine del bio", dei momenti di interazione che permetteranno ai partecipanti di lavorare insieme ai produttori bio nella produzione o nella trasformazione di alimenti biologici.

Aggiornamenti legislativi

Di seguito si segnalano i provvedimenti legislativi in materia di Biologico, recentemente pubblicati sulle Gazzette Ufficiali dell'Unione Europea (L) e della Repubblica Italiana (GU):

- GU n. 227 del 28 settembre 2012 - **DM Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali del 09/08/2012**: Disposizioni per la gestione informatizzata dei programmi annuali di produzione vegetale, zootecnica, d'acquacoltura, delle preparazioni e delle importazioni con metodo biologico e per la gestione informatizzata del documento giustificativo e del certificato di conformità ai sensi del Reg. (CE) n. 834 del Consiglio del 28 giugno 2007 e successive modifiche ed integrazioni.





UNIONE NAZIONALE TRA LE ORGANIZZAZIONI DI PRODUTTORI ORTOFRUTTICOLI AGRUMARI E DI FRUTTA IN GUSCIO SCARL.



Newsletter della filiera ortofrutticola specializzata in agricoltura biologica

con il contributo del



DM 20 dicembre 2010 n. 20417

Dicono del Bio

«La frutta traina l'export biologico» di Massimo Agostini

Si riporta integralmente l'articolo pubblicato su:

Agrisole 24 Ore – numero 36 del 21-27 settembre 2012

Indagine Ismea-Firab evidenzia che i prodotti ortofrutticoli coprono il 24% delle vendite bio all'estero

La frutta traina l'export biologico

Tra i settori di punta anche olio e vino – Le imprese che portano il made in Italy nel mondo

Esportare per crescere. A questo assioma non sfugge il settore biologico, i cui consumi registrano già peraltro incrementi a due cifre, in controtendenza rispetto a quelli di prodotti agroalimentari convenzionali. E non a caso Federbio, nel quadro del programma di attività per l'internazionalizzazione del «bio» messo a punto con Sana-Bologna Fiere, dall'anno scorso organizza missioni commerciali per le aziende italiane in mezzo mondo, dal Brasile alla Cina, dal Giappone alla Russia, dagli Usa ai paesi Baltici. Incontri «B2B» che si sono tenuti anche al Salone specializzato di settore che si è chiuso nei giorni scorsi a Bologna.

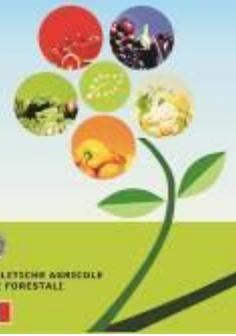
Come evidenzia una ricerca di Nomisma sulla base di un'indagine Ismea-Firab, per le esportazioni non esiste un sistema di monitoraggio permanente in grado di quantificare i flussi agroalimentari di prodotti biologici. Un'analisi empirica indica che comunque l'export è rilevante perché di molte imprese nazionali è nota la consolidata presenza oltre frontiera.

L'indagine evidenzia che il 24% delle vendite totali, realizzate da un campione rappresentativo di un centinaio di aziende export-oriented, è rappresentato da prodotti ortofrutticoli, seguiti da olio e vino (12%) e miele (6%).

Il 50% degli acquirenti di prodotti italiani è distributore finale, il 35% intermediario commerciale. Marginali, invece, le vendite ad altri operatori, come il canale Horeca, vendite online o altri soggetti associati.

Quanto alla destinazione, il 42% dei prodotti bio va in Germania, il 14% in Francia, l'8% nel Regno Unito, un'altra quota del 12% è assorbita da Danimarca e Svezia.

In prospettiva, l'export di prodotti biologici non dovrebbe subire battute d'arresto. Il sondaggio indica addirittura che nei prossimi anni per il 55% delle aziende monitorate le esportazioni aumenteranno del 10-20 per cento. Grazie alla qualità e al fattore «made in Italy», dicono gli analisti. ●



«Come è cambiato il biologico» di Sergio Auricchio
Si riporta integralmente l'articolo pubblicato su:
Agra news – numero 9 di settembre 2012

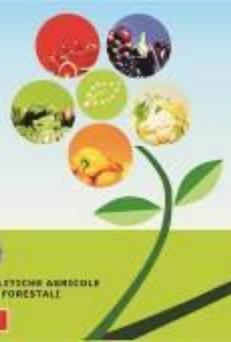
Come è cambiato il biologico

Sono passati una trentina di anni da quando i prodotti biologici hanno iniziato a diffondersi in Italia. Dalle prime esperienze portate avanti da pionieri come Gino Girolimoni - che ricordiamo con affetto essendo scomparso a marzo di quest'anno - si è arrivati, anche grazie agli interventi dell'Unione Europea e degli Stati nazionali, ad una diffusione capillare (il bio è presente ormai su tutti gli scaffali della grande distribuzione). Oggi i prodotti biologici da prodotti di nicchia destinati ad una piccola categoria di consumatori responsabili, grazie anche al contenimento dei prezzi, sono accessibili praticamente a tutte le fasce di consumatori. Significativo poi è il fatto che alla crisi dei consumi i prodotti bio abbiano retto meglio rispetto ai prodotti tradizionali.

Nello stesso tempo, affinandosi le tecniche agronomiche pur nel rispetto dei disciplinari, i prodotti bio, sia per presentazione che per caratteristiche organolettiche, sono decisamente migliorati rispetto alle prime produzioni (i primi produttori spesso giustificavano le carenze del prodotto affermando che questo non era trattato). La novità negli ultimi anni sta viceversa proprio nel fatto che oggi il bio si caratterizza non solo per essere buono da pensare, ma anche buono da mangiare e questo ha sicuramente contribuito a far crescere i consumi.

Tutto bene allora? Se notevoli passi sono stati compiuti dal bio rispetto al passato credo che sia ora da recuperare quello spirito missionario, forse anche un po' folcloristico, dei primi produttori. Non va dimenticato, infatti, che il punto di forza del biologico sta proprio nel fatto che è prodotto nel rispetto dell'ambiente, senza l'uso di fitofarmaci, rispettando gli animali e la natura. Se posso evidenziare una differenza rispetto al passato, è che nella fase pionieristica del bio l'enfasi veniva posta nella narrazione e il prodotto era in secondo piano (buono o cattivo, bello o brutto, l'importante era che fosse prodotto senza la chimica), mentre oggi l'enfasi è sul prodotto e sul mercato, mentre viene meno la narrazione. Detto in altre parole, il bio è solo un mercato da cavalcare e conquistare o è parte di un disegno complessivo di costruzione di una società diversa e armonica che non elimini solo lo sfruttamento e l'aggressione della natura da parte dell'uomo, ma anche lo sfruttamento dell'uomo sull'uomo? Il rischio è che il bio diventi un prodotto mass market perdendo la sua distintività e quindi alla lunga finisca penalizzato con pesanti conseguenze anche per la catena del valore che rende oggi possibile la produzione biologica.

Sergio Auricchio
auricchio@agraeditrice.com



«Il biologico italiano manca di coraggio» di Fabrizio Piva. Si riporta integralmente l'articolo pubblicato su: **Corriere Ortofrutticolo** – numero 9 di settembre 2012

Il punto

● Fabrizio Piva *



Il biologico italiano manca di coraggio

I dati nazionali sull'agricoltura biologica al 31.12.2011, recentemente forniti dal MIPAAF, confermano ancora una volta che l'Italia biologica è sostanzialmente stabile.

La superficie è leggermente al di sopra del milione di ettari, 1.096.889 per la precisione, gli operatori complessivamente sono 48.269; rispetto all'anno precedente la superficie è diminuita dell'1,5% mentre gli operatori sono aumentati dell'1,3%. Se confrontiamo i dati con l'ormai lontano 2001, la superficie toccava 1.200.000 ettari e gli operatori erano all'incirca 60.000. Anche solo soffermandoci su questi dati "macro" l'Italia del bio è ferma, a fronte di un mercato che a dispetto della crisi è cresciuto, sia come domanda internazionale che come domanda interna, il settore produttivo ha arretrato le proprie posizioni e sta un po' arrancando. Anche nel corso del 2011 il numero degli operatori è cresciuto solo perché è aumentato il numero dei preparatori e dei distributori, la categoria dei produttori agricoli è diminuita di quasi il 2%.

A livello comunitario il peso specifico del nostro Paese diminuisce ed in termini di superficie è passato dal 16,9% del 2005 a poco meno dell'11%. Da un recente viaggio in Austria, Paese che ha fatto del biologico uno dei settori portanti del suo sistema agroalimentare, ho notato come la crescita della superficie biologica è stata costante ed ha raggiunto il 20% della SAU (Superficie Agricola Utilizzata) ed il peso della domanda interna di prodotti biologici sui consumi totali ha raggiunto il 10%. Numeri importanti che certo non possono essere confrontati ad un Paese come il nostro con una popolazione di quasi 6 volte superiore ed un mercato di dimensioni ragguardevoli, ma comunque testimoniano come un Paese vicino abbia saputo trarre vantaggi di natura socioeconomica dal settore del biologico.

A fronte di una domanda interna, che in Italia anche lo scorso anno ha fatto registrare un aumento di quasi il 9%, la superficie biologica diminuisce ed il settore primario non riesce a seguire l'evoluzione del

mercato biologico con la conseguenza di rafforzare le importazioni ed i rischi ad esse connessi come abbiamo potuto toccare con mano nei recenti casi di frode.

Per invertire la rotta occorre più coraggio e l'adozione di politiche effettivamente a favore dello sviluppo del settore. Mancano entrambe le categorie di cui sopra e difettano da parte di tutti gli attori del settore. Occorre anche più coraggio da parte delle imprese; sempre in Austria ho potuto notare come una delle catene distributive più importanti abbia deciso di produrre pane biologico, ebbene si ha iniziato a produrre pane biologico ed ha smesso di vendere quello convenzionale riducendo lo spreco di "doppie linee", separazioni, pulizie ed adottando le migliori tecnologie a favore del biologico evitando di ricorrere al

"congelato" ed offrendo così ai consumatori un pane biologico buono a prezzi leggermente superiori al convenzionale in quanto l'unico costo più elevato era quello della farina e questa notoriamente non incide così pesantemente sul prezzo finale del pane. Se analizziamo le politiche a favore del biologico, in Italia se ne sono perse le tracce da tempo, gli ultimi decreti pubblicati dopo l'ormai famosa frode, europea e non solo italiana,

non vanno certo nella direzione di rafforzare il settore. Occorre puntare con decisione sulla filiera e sulla sua trasparenza, accanto alla sfera pubblica gli imprenditori devono impegnarsi di più per trovare regole di comportamento condivise che consentano di moralizzare i comportamenti di tutti i soggetti che vi operano e di riconoscere loro il giusto compenso, anche alla produzione agricola in modo che ritrovi nel biologico un settore in cui investire con una mentalità di medio-lungo periodo. E non è tanto un problema di filiera corta o lunga, è importante che si tratti di una filiera efficiente. In effetti occorre un po' più di coraggio da parte di tutti e riscoprire l'entusiasmo che animò tutti coloro che a cavallo fra gli anni '80 e '90 posero le fondamenta per la nascita di questo settore.

(*) amministratore delegato CCPB

