

# L'INFORMATORE AGRARIO

[www.informatoreagrario.it](http://www.informatoreagrario.it)



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

• LE INDICAZIONI EMERSE A BOLOGNA

# Il biologico avanza, ma Sana ha il fiatone

Gli ottimi risultati finora raggiunti vanno sviluppati ulteriormente, organizzando meglio la filiera, investendo in tecnologie e comunicazione e puntando ai mercati internazionali

di Nicola Castellani

**N**onostante la crisi, il settore biologico italiano tiene, anzi nelle vendite cresce con un trend che, considerata la situazione generale dell'economia e in particolare dell'agricoltura, va oltre ogni aspettativa.

È questo il dato più confortante per gli operatori del comparto che emerge a conclusione della 21ª edizione di Sana, il Salone internazionale del naturale svoltosi a Bologna dal 10 al 13 settembre scorsi.

Infatti le vendite di prodotti bio nella grande distribuzione organizzata, da qualche anno non particolarmente brillanti dopo il boom vissuto a cavallo degli anni 2000, nei primi sei mesi del 2009, secondo gli ultimi dati

Ismea-AcNielsen, hanno fatto registrare un incremento del 7,4% in valore e dell'8,5% in quantità rispetto al 2008. Ancora meglio è andata nel canale dei punti vendita specializzati, dove la crescita è stata mediamente compresa tra il 10 e il 15%, con punte anche del 20% nei negozi di più grandi dimensioni, che hanno registrato un successo maggiore per effetto dell'ampia gamma di referenze proposta ai clienti.

## Bio simbolo di qualità

«L'importanza del settore – ha detto il ministro delle politiche agricole **Luca Zaia** intervenuto all'inaugurazione del Salone – va al di là del mero successo commerciale, che pure è di rilievo, dato che parliamo di un giro d'affari di circa 2,8 miliardi di euro. Il biologico è il simbolo di un'agricoltura di qualità ed è la risposta giusta da dare ai cittadini che sempre più vogliono alimenti di qualità. E quella del biologico è una filosofia che si concilia in pieno con quell'agricoltura locale e di stagione che vogliamo noi».

Oltre al buon andamento delle vendite, il comparto mostra una superficie coltivata sostanzialmente stabile attorno al milione di ettari, una certa riduzione del numero dei produttori, che testimonia un processo di razionalizzazione del sistema, un raffor-

ANCORA TANTE PERPLESSITÀ

## Sana continua a scricchiolare

I numeri di Sana 2009 dichiarati ufficialmente da BolognaFiere riportano per la manifestazione 1.060 espositori su 45.000 m<sup>2</sup> di superficie espositiva e oltre 100 buyer di delegazioni estere.

Tralasciando i giudizi sui settori Salute e Benessere e Abitare-Ambiente, diciamo subito che quello dell'Alimentazione non ha fugato le perplessità suscitate nelle più recenti edizioni del Salone. Al di là delle cifre ufficiali l'impressione è che lo spazio espositivo si sia ancora ridotto, come pure non all'altezza dell'importanza e delle ambizioni del settore è apparso il quadro convegnistico.

I problemi della Fiera da un lato riflettono la situazione complessiva di un comparto che investe poco in promozione e comunicazione e, quindi, sostiene malamente l'unica esperienza espositiva italiana dedicata di rilievo. Dall'altro, si deve rilevare che anche nell'edizione 2009 è sostanzialmente mancato il coinvolgimento della grande distribuzione, non solo internazionale, ma ciò che è più grave anche nazionale.

Tra gli stand si è sentito di rado parlare straniero e si sono visti poco anche i buyer della gdo italiana.

Gli stand di Coop Italia e di Esselunga, un tempo presenti, non ci sono più e la conclusione è che, forse, BolognaFiere non ha i terminali giusti per coinvolgere a pieno titolo nella manifestazione il settore distributivo, che pure sarà il protagonista indiscusso e imprescindibile dello sviluppo futuro del settore biologico. N.C.



I consumi di prodotti biologici in Italia sono oggi un'esperienza diffusa per un milione di persone

zamento della filiera distributiva e un ampliamento della gamma dei prodotti, oltre che un import quasi raddoppiato in termini di volume.

«Il sistema – ha osservato **Giorgio De Rita**, amministratore delegato di Nomisma – sta orientandosi verso una filiera del trasformato a maggior valore aggiunto, ma in prospettiva deve saper intercettare i grandi cambiamenti in atto a livello mondiale, deve cioè trovare un modello italiano per agganciare queste trasformazioni, abbandonando, in generale, la convinzione di una crescita lineare dei prezzi, perché altrimenti si rischia di trovarsi spiazzati di fronte ai mutamenti che avvengono con sempre maggiore frequenza».

«Dal mio punto di vista – ha proseguito

De Rita – il settore biologico italiano deve porsi tre priorità:

- organizzare sempre meglio la filiera;
- investire di più in tecnologie e comunicazione: basti pensare, nel primo caso, all'aumento vertiginoso delle vendite di cibo biologico via Web (+50%) e, nel secondo, alla ancora scarsa riconoscibilità presso il consumatore del marchio bio;
- infine, ma non per ultimo, uscire dall'equivoco dell'export come strada residuale per crescere, perché, al contrario, l'esportazione rappresenta il motore dello sviluppo futuro del settore. Ad esempio si vedano le politiche di un grande marchio dell'agroalimentare come Danone, che ha effettuato tutti i grandi investimenti sul biologico in India».

E che questa sia la strada da seguire sono ancora una volta i numeri a confermarlo, come ha testimoniato **Udo Censkowsky**, direttore di Organic Services, società tedesca che compie analisi di mercato.

### Crescita mondiale

«Il mercato mondiale del cibo biologico nel 2008 – ha detto Censkowsky – è stato valutato attorno ai 40 miliardi di euro, confermandosi in crescita, mediamente, dal 10 al 20% all'anno. Oltre ai tradizionali grandi mercati europei (Germania, Regno Unito, Francia, Svizzera) e statunitense, che ha beneficiato del deprezzamento del dollaro e ora, con l'Amministrazione Obama, potrà contare su un programma di sviluppo dell'agricoltura bio da 50 milioni di dollari, altri Paesi come Brasile, Cina e India costituiscono la nuova frontiera delle vendite del biologico».

L'Italia, che è attualmente il maggior esportatore mondiale di prodotti bio, deve perciò rafforzare questa posizione, cercando di darsi strategie opportune e non accontentandosi dei risultati raggiunti.

«Un Paese come il nostro – ha commentato **Lino Nori**, presidente del Consorzio il Biologico – ha molte carte da giocare: l'eccellenza alimentare, la tipicità e la tradizione, che bene si coniugano ai valori delle produzioni biologiche. Competere è possibile dunque, ma bisogna farlo al meglio, perché il panorama degli attori a livello internazionale si va affollando. Basti pensare al traguardo raggiunto quest'anno dalla Spagna, che ha ottenuto il primato europeo di terreni coltivati a biologico, o a quanto sta facendo la Cina, che ha dichiarato di voler raggiungere in poco tempo il 5% della produzione mondiale di biologico e sta dimostrandosi particolarmente attiva e innovativa, come testimonia, per esempio, la creazione di un marchio per vendere i prodotti ottenuti nel periodo di conversione al biologico».

• Nicola Castellani

## • BOCCIATA LA DOP

# Il Gran Suino Padano pensa all'igp

Tutte le componenti della filiera sono d'accordo sulla necessità di qualificare e valorizzare le nostre carni suine, ma il processo di passaggio da dop a igp non sarà comunque facile

di **Giovanni Battista Testa**

**I**l progetto per la registrazione della denominazione di origine protetta per le carni suine derivate dai suini pesanti certificati, il Gran Suino Padano, ha subito uno stop da parte della Commissione europea. La domanda di registrazione, vecchia di una decina d'anni, presenta infatti diverse criticità, dovute anche all'entrata in vigore della nuova normativa in materia di dop e igp.

La Commissione, in una riunione di fine luglio, ha spiegato ai rappresentanti del Mipaaf e della filiera che il dossier della dop, così configurato, non ha alcuna possibilità di raggiungere la registrazione. Dovrebbe infatti essere modificato profondamente per quanto concerne: la denominazione, l'area di produzione, l'origine degli alimenti utilizzati per l'alimentazione dei suini, ecc. Modifiche ra-

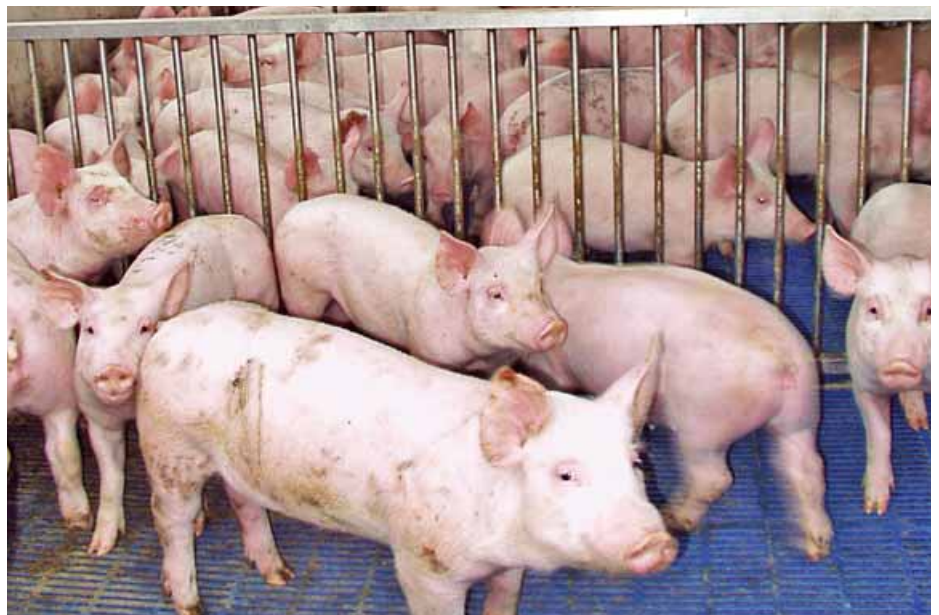
dicali che per alcuni aspetti comporterebbero vincoli e costi probabilmente insostenibili per la filiera.

Sempre nella stessa riunione, i funzionari della Commissione europea si sono invece dimostrati favorevoli a valutare una domanda per la registrazione di una igp.

### Cambio di obiettivo

Nell'ambito di alcune riunioni svoltesi nelle settimane successive, tra le organizzazioni dei produttori e a livello di Tavolo interprofessionale suinicolo, è prevalsa la linea di scegliere questa strada: il Mipaaf è pertanto orientato a ritirare la domanda di registrazione della dop, oggi giacente a Bruxelles, e favorire la presentazione della domanda di igp.

Nella fattispecie, infatti, una indicazione geografica protetta ben strutturata, che



Le carni marchiate GSP hanno registrato un notevole successo commerciale nel primo semestre 2009

preveda che i suini destinabili a produrre le carni con questo marchio siano nati, allevati e macellati nell'area di produzione, potrebbe garantire comunque la qualificazione e l'identificazione delle carni del suino pesante sul mercato, obiettivo strategico irrinunciabile per tutti gli operatori della filiera.

Non è pertanto in discussione l'importanza strategica del progetto per la suinicoltura italiana. Tutte le componenti della filiera hanno presente il successo ottenuto

dalle carni suine marchiate GSP sul mercato: nel primo semestre 2009 l'incremento delle vendite, rispetto al medesimo periodo del 2008, è stato del 64,2%; 3,11 milio-

ni di chili/mese contro 1,89 del 1° semestre 2008. È un risultato che scaturisce dall'importante campagna promozionale realizzata lo scorso inverno e che nell'interesse dell'intera suinicoltura nazionale occorre ripetere nel prossimo autunno-inverno.

Il percorso delineato per convertire il dossier da dop a igp prevederebbe di modificare il disciplinare di produzione e lo statuto del Consorzio del Gran Suino Padano e, procedendo con la dovuta sincronia, ritirare la domanda di dop a Bruxelles e presentare un'altra domanda per una igp facendo in modo di evitare un periodo di vacanza troppo lungo (non oltre qualche settimana) del riconoscimento transitorio.

Sembrirebbe tutto relativamente semplice e logico, ma purtroppo non è così.

Sul tavolo della discussione si pongono almeno due tipologie di problematiche che concernono l'adeguamento del disciplinare e la verifica/revisione dei rapporti interprofessionali.

## L'adeguamento del disciplinare

Le principali questioni da risolvere sono le seguenti.

- Individuazione della denominazione: anche nel caso dell'igp non è utilizzabile l'attuale denominazione di Gran Suino Padano; occorre infatti dimostrare l'uso consolidato della stessa nel commercio o nel linguaggio della denominazione stessa.

- La richiesta della parte agricola di distinguere le carni a marchio igp dalle carni provenienti dal circuito Parma-San Daniele; tale vincolo comporta l'obbligo di una sorta di

certificazione supplementare e la distinzione delle lavorazioni delle carni suine igp da quelle dei suini certificati per i prosciutti dop;

- La Commissione europea chiede, tra l'altro, che il confezionamento possa essere realizzato anche fuori zona di produzione.

## I rapporti interprofessionali

- Il nodo della contribuzione al Consorzio da parte dei produttori, che tante difficoltà ha creato in questi primi anni di gestione del

GSP, è superabile, ad avviso della parte agricola, solo se si rende volontaria l'iniziativa. Cioè il circuito dell'igp suino pesante sarà distinto dal circuito Parma-San Daniele. Sulla

base del nuovo sistema, i produttori che aderiscono all'iniziativa pagherebbero il contributo al Consorzio e riceverebbero un premio aggiuntivo sul prezzo dei suini. «Fuori da questo ordinamento – ha affermato la parte agricola – non è possibile intraprendere nuovi percorsi comuni di valorizzazione della produzione».

- Occorre pertanto – a fronte di investimenti finanziari che finora sono stati effettuati dal Mipaaf, dalle Regioni, dall'industria di macellazione e dai produttori – definire i criteri di ripartizione del valore aggiunto che il prodotto consegue nelle vendite al dettaglio e che al

momento sembrerebbe rimanere totalmente nelle mani della distribuzione. Infatti non è sostenibile verso gli allevatori, ma neanche nei confronti dell'industria, il fatto di pagare dei contributi consortili anche consistenti e non avere neanche la prospettiva di ricavare parte del valore aggiunto creato.

## Un'opportunità da sfruttare

Il traghettamento da dop a igp si preannuncia insomma alquanto laborioso e travagliato. Il momento però rappresenta anche un'opportunità per chiarire alcune problematiche che hanno caratterizzato la vita del Consorzio del Gran Suino Padano in questi anni (ad esempio il sistema di contribuzione da parte degli allevatori era troppo complesso ed è risultato anche inefficace) e per ripartire con slancio cercando di superare le polemiche sterili.

Bisogna costruire su basi nuove un progetto che, pur scontando il «declassamento» del riconoscimento, ha tutti i presupposti per avere successo.

Giovanni Battista Testa

## ATTENZIONE AL MONDO AGRICOLO

### La Chiesa guarda all'agricoltura solidale

Il convegno dei consiglieri ecclesiastici della Coldiretti ha fatto il punto sui valori ma anche sui diritti degli agricoltori

Si è tenuto anche quest'anno a Roma, dal 9 all'11 settembre, il tradizionale convegno dei consiglieri ecclesiastici della Coldiretti.

L'incontro è stato preceduto da un'udienza in Vaticano, nel corso della quale il Pontefice ha rivolto un caloroso saluto ai consiglieri e ai dirigenti della Confederazione.

Nel corso di una messa che ha preceduto l'udienza, il segretario di Stato Tarcisio Bertone ha sottolineato l'attenzione della Chiesa cattolica nei confronti del mondo agricolo: «Il vostro – ha sottolineato il cardinale Bertone – è un servizio apostolico importante e prezioso, tenendo conto anche delle molteplici problematiche e difficoltà che caratterizzano, in questo nostro tempo, l'attività agricola non solo in Italia, a seguito, ad esempio, del vasto fenomeno dell'industrializzazione urbana e dell'abbandono delle campagne. Se è vero che con il progresso scientifico, industriale e tecnologico molte cose vanno cambiando, resta però indispensabile, per la sopravvivenza umana, coltivare la terra, al fine di trarre da essa un sufficiente e sano nutrimento per tutti gli uomini».

I numerosi spunti di riflessione e soprattutto le molte risposte ai tanti interrogativi legati alla grave crisi dell'economia mondiale contenute nell'enciclica di Benedetto XVI «Caritas in veritate» sono stati al centro del convegno, aperto da una riflessione su questi temi del consigliere ecclesiastico nazionale padre Renato Gaglianone.

Il ruolo dei corpi intermedi in questa fase storica ed economica è stato il tema dell'intervento del presidente della Coldiretti Sergio Marini, il quale ha indicato i requisiti necessari affinché un'organizzazione professionale possa diventare una forza sociale. Innanzitutto è necessario aumentare le dimensioni della rappresentanza, per evitare «il corporativismo o peggio il familismo». Bisogna poi identificare un progetto, quale quello della filiera agricola italiana, per scansare il rischio del «leaderismo mediatico». «Se c'è un progetto – ha affermato Marini – si è costretti a parteciparlo ai propri associati», a discuterne democraticamente e ampiamente.

Intanto la Conferenza episcopale italiana ha diffuso il messaggio per la Giornata del ringraziamento che si celebra l'8 novembre. Il testo prende in esame alcuni dei problemi più urgenti del mondo agricolo del nostro Paese, dal consumo del suolo allo sfruttamento della manodopera. L. Mart.



Parte del valore aggiunto creato con il marchio deve andare anche agli allevatori e non solo alla distribuzione