

Agricoltura biologica, non più solo una nicchia

FABIO LUNATI

Osservatorio Agro-Industriale,
Nomisma, Bologna

L'agricoltura biologica è un comparto produttivo con una dinamica di sviluppo *autonoma rispetto al convenzionale*. Nei prossimi anni il comparto delle produzioni biologiche potrebbe rappresentare una scelta vincente per l'operatore agricolo e per le industrie di trasformazione che intendono dare una risposta alle attese di un consumatore che sempre più dimostra di gradire prodotti ineccepibili in termini di genuinità e valenza salutistica.

In questo momento il comparto si caratterizza per una crescita che, dopo essere stata per alcuni anni circoscritta alle sole regioni centro-settentrionali, è andata estendendosi anche al Mezzogiorno.

In Italia, la superficie agricola utilizzata (Sau) destinata alle colture biologiche nel 1997 copriva 564.913 ettari, compresa la parte di superfici ancora in fase di conversione dall'agricoltura tradizionale. Le prime stime relative al 1998 ipotizzano che la Sau biologica abbia superato gli 800.000 ettari.

La crescita degli investimenti ha portato a dei cambiamenti anche nell'importanza relativa di alcune aree del Paese, che sono divenute la sede privilegiata di specifici orientamenti produttivi. La distribuzione delle superfici destinate alle colture biologiche ed in conversione dall'agricoltura convenzionale, per area geografica, vede oggi in testa le regioni insulari - Sicilia e Sardegna - che dispongono di 261.699 ettari, pari al 46,3% della superficie nazionale.



**L'espansione
delle superfici coltivate
ha interessato
negli ultimi tempi
soprattutto
il Mezzogiorno.
La realtà e le prospettive
in Emilia-Romagna.**

La restante parte delle superfici biologiche si concentra soprattutto nelle altre regioni dell'Italia meridionale, dove sono localizzati 139.634 ettari di colture, pari al 24,7% della superficie nazionale.

Nell'Italia settentrionale si trovano 83.292 ettari, pari al 14,7% della superficie investita. In particolare, nell'Italia nord-orientale sono presenti 54.244 ettari, pari al 9,6% del totale, ed in quella nord-occidentale altri 29.048 ettari, che rappresentano il restante 5,1% degli investimenti nazionali.

La graduatoria è chiusa dalle regioni dell'Italia centrale, presso le quali si trovano 80.288 ettari, pari al 14,3% degli investimenti complessivi.

Raccolta di pomodoro coltivato con tecniche biologiche.

(Foto Barbieri)

Il ruolo dell'Emilia-Romagna

La classifica di importanza delle singole regioni mette in evidenza come nel corso degli ultimi anni sia progressivamente cresciuta l'importanza relativa delle regioni meridionali ed insulari, rispetto a quelle dell'Italia centro-settentrionale come sede delle colture biologiche.

A livello nazionale la Sardegna, con 135.797 ettari complessivi, da sola arriva a coprire poco meno di un quarto dell'intera superficie nazionale già investita a biologico o in conversione dall'agricoltura convenzionale. La graduatoria per estensione di superficie complessiva vede al secondo posto la Sicilia (125.903 ettari) ed al terzo la Puglia (94.873 ettari).

L'Emilia-Romagna, con 46.473 ettari, occupava alla fine del 1997 soltanto la quarta posizione, dopo che nel 1993 si trovava, con poco oltre 18.000 ettari, al secondo posto assoluto dietro la sola Sicilia, che già poteva contare su 111.000 ettari.

Tuttavia la graduatoria legata all'estensione delle superfici non è il solo parametro che deve essere utilizzato per valutare l'effettiva importanza economica assunta dal comparto nei confronti dell'agricoltura locale.

Un peso determinante assume infatti il diverso tipo di orientamento produttivo, che influenza profondamente le valutazioni di natura economica e commerciale legate anche al livello di remuneratività che deriva all'azienda agricola all'adozione dei metodi di coltivazione biologica.

In tal senso, nell'Emilia-Romagna

in termini di superficie investita – come in molte altre regioni – prevalgono le superfici foraggere presenti sul territorio con 19.240 ettari, ma la vocazionalità per le colture ortofrutticole è ribadita dagli oltre 2.000 ettari messi a coltura (tab.1).

L'esistenza di una consistente offerta di frutta ed ortaggi *biologici* riflette il mutamento nelle preferenze dei consumatori, che si è verificato nel più ampio mercato delle produzioni convenzionali nel corso dell'ultimo decennio.

In questo lasso di tempo le famiglie italiane hanno infatti abbandonato un'alimentazione prevalentemente proteica, basata sulla carne, per privilegiarne una incentrata sulle vitamine, di cui sono ricche proprio frutta ed ortaggi. Il consumatore medio è quindi in generale ben predisposto verso l'ortofrutta, il cui acquisto è *vissuto* in maniera favorevole, sia dal punto di vista culturale che psicologico.

In un contesto concorrenziale nel quale la certificazione di qualità delle tecniche di coltivazione degli alimenti assume un ruolo decisivo nell'orientare il comportamento d'acquisto del consumatore, i *prodotti biologici* costituiscono una risposta della produzione confacente alle attese della domanda.

In Emilia-Romagna sono però ancora molte le aziende agricole *biologiche* di piccole dimensioni che dispongono di un'offerta quantitativamente limitata e spesso circoscritta ad un solo prodotto. L'elevato grado di frammentazione condiziona anche l'andamento dei prezzi; e così anche nella regione, malgrado la presenza di significative realtà associazionistiche e cooperative, non è raro il caso di produttori che, per mancanza di valide alternative commerciali, si vedono costretti a cedere il prodotto *biologico* al prezzo di quello convenzionale. Il riconoscimento alle produzioni biologiche di un *plusvalore* sul prezzo di vendita è invece indispensabile per garantire al produttore di trarre un soddisfacente ritorno economico dall'attività svolta e per favorire la sua permanenza nel settore.

La presenza di una linea di ortofrutta biologica è comunque oggi una caratteristica che si riscontra anche nell'offerta di grandi gruppi cooperativi

Tab. 1 – Emilia-Romagna: ripartizione della Sau biologica ed in conversione dall'agricoltura convenzionale, per orientamento produttivo prevalente.

ORIENTAMENTO CULTURALE	SAU BIOLOGICA	PERCENTUALE
Cerealicolo	7.741	21,0%
Orticolo	420	1,1%
Frutticolo	1.927	5,2%
Viticolo	911	2,5%
Olivicolo	46	0,1%
Floricolo-vivaistico	11	0,0%
Colture industriali	356	1,0%
Foraggero	19.240	52,3%
Foraggero-zootecnico	660	1,8%
Altro	5.470	14,9%
TOTALE	36.782	100%

Fonte: elaborazioni dell'autore su dati Bio Bank

come Conerpo ed Apofruit, a dimostrazione del sempre maggiore interesse che questo tipo di produzioni assume per le principali realtà produttive locali.

Sistema distributivo e valorizzazione commerciale

In Emilia-Romagna la commercializzazione di prodotti *biologici* di provenienza locale è ancora relegata in al canale distributivo costituito da erboristerie e negozi con prodotti naturali. Nella regione si contavano nel 1998 ben 88 punti di vendita al dettaglio specializzati in prodotti biologici, cioè il 10,6% del totale nazionale, che ammonta a 828 punti di vendita quasi completamente localizzati nelle regioni dell'Italia Settentrionale.

Il numero dei punti vendita cresce tuttavia in misura esponenziale nel momento in cui si prendono in considerazione anche erboristerie, negozi del naturale, del macro-biotico e dietetici, che tengono in assortimento un numero ridotto di referenze biologiche.

In Emilia-Romagna vi sono tuttavia le premesse per quello che a tutti gli effetti costituisce un salto di qualità decisivo per il futuro sviluppo del settore. Infatti, sul territorio regionale sono ben 125 i supermercati che commercializzano prodotti biologici. La possibilità da parte delle produzioni biologiche di potere accedere agli scaffali della moderna distribuzione è fondamentale se si

desidera raggiungere volumi di vendita tali da consentire a questi prodotti di uscire dalla attuale posizione di nicchia in cui si trovano per divenire un vero e proprio segmento.

In concomitanza con una maggiore presenza delle produzioni biooiche sul canale della distribuzione moderna comincia a prendere piede anche in questo comparto il ricorso alle promozioni sul punto vendita, una soluzione che era da considerarsi una vera e propria rarità sino a qualche anno fa.

D'altra parte, per molte referenze *biologiche* la comunicazione al consumatore delle caratteristiche e della provenienza del prodotto spesso rappresenta una necessità, non solo per distinguersi nei confronti dei prodotti convenzionali, ma anche per differenziarsi anche rispetto agli altri concorrenti presenti con lo stesso tipo di prodotto.

Infatti, *il grado di affollamento* delle marche *bio* varia in funzione dei diversi raggruppamenti merceologici. Una recente indagine condotta dal Comitato Difesa Consumatori sui soli prodotti *bio* di Emilia-Romagna e Lombardia ha messo in luce la presenza sui punti di vendita della distribuzione moderna di ben 38 marche di olio extravergine, 10 di burro, 29 di vino, 20 per farina, riso e pasta, a dimostrazione che le regole della concorrenza e del marketing, caratteristiche dei prodotti convenzionali, si applicano anche questi prodotti. □