

Biologico, per i produttori nuovi supporti dal Cso

**VALTIERO MAZZOTTI,
ALESSANDRA RAVAIOLI**
Centro Servizi Ortofrutticoli, Ferrara

Il settore biologico sta vivendo un momento di grande espansione in tutto il mondo, documentato anche da un recente studio pubblicato dalla World Trade Organization (Organizzazione mondiale del commercio), in collaborazione con le Nazioni Unite.

Lo studio prevede che nel giro di pochi anni gli alimenti biologici in senso ampio raggiungeranno una quota del 10% sul totale degli alimenti commercializzati.

Queste previsioni trovano conferma anche dalle rilevazioni effettuate sulle colture biologiche da Sol (Ecology foundation & agriculture), che indicano in Europa un incremento della superficie coltivata con metodi biologici pari al 46,2% tra il 1998 e il 1999. Solo in Gran Bretagna, ad esempio, le superfici in questo biennio sono aumentate del 437%.

È in crescita anche l'Italia, dove le aziende di produzione e di prima trasformazione (biologiche e in fase di conversione) nel 1998 sono aumentate del 41% rispetto al 1997; nello stesso periodo la superficie coltivata è cresciuta del 47%, arrivando a coprire 830 mila ettari, quasi il 6% della superficie agricola nazionale.

Una sezione specifica

Sulla base delle tendenze in atto, il Cso (Centro servizi ortofrutticoli), che associa le principali organizzazioni dei produttori operanti a livello nazionale, ha deciso di aprire una sezione dedicata al "biologico".

La sezione, nata la scorsa estate, è

composta da tutti i soci del Cso interessati al settore; si affianca alle altre già operanti nel Centro (fragola, pera, pesca e nettarina, kiwi) e alle divisioni trasversali (statistica, valorizzazione e logistica).

La nuova sezione poggia su una base di produttori estremamente significativa nel panorama ortofrutticolo nazionale, raggruppando i principali gruppi del settore. È stato individuato un tavolo di confronto tra produttori concorrenti: una scelta molto importante, se si considera la necessità di creare sinergie e azioni comuni in un comparto fino ad ora animato da una grande forza interna, ma piuttosto frammentato negli obiettivi.

Le principali esigenze emerse con

l'avvio della nuova attività sono sostanzialmente due: la comunicazione e il monitoraggio del mercato.

In primo luogo è stata unanimemente riconosciuta la necessità di attuare una puntuale comunicazione istituzionale sul biologico, per contribuire a rendere sempre più conosciuto ed apprezzato un metodo di produzione e un prodotto caratterizzato da diversi elementi di forte attrattiva sul consumatore.

Altra necessità condivisa dagli operatori è la realizzazione di una strategia comune per salvaguardare la marca del produttore, rinforzandola con un identificativo comune che renda immediatamente percepibile le caratteristiche del prodotto biologico.

Tab. 1 - Situazione dell'agricoltura biologica in Europa, 1998-99.

PAESI	ETTARI 1998	ETTARI 1999	INCREMENTI % 1998-99
Belgio	6.418	11.350	76,8
Danimarca	64.329	160.369	149,5
Germania	351.062	416.318	18,6
Finlandia	125.550	133.000	5,4
Francia	120.241	234.800	95,3
Grecia	6.000	14.628	143,8
Gran Bretagna	54.270	291.538	437,2
Irlanda	23.591	28.704	21,7
Islanda	119	2.500	2000,8
Italia	565.000	830.000	46,9
Liechtenstein	630	620	- 1,6
Lussemburgo	625	742	18,7
Olanda	17.500	22.120	26,4
Norvegia	11.769	15.581	32,4
Austria	345.375	345.375	-
Portogallo	11.584	29.533	154,9
Svezia	118.175	127.000	7,5
Svizzera	71.790	79.142	10,2
Spagna	152.105	269.465	77,2
Totale	2.016.760	3.012.085	49,4

Fonti: SOL (Ecology foundation & agriculture); Bio Bank

Capire il mercato

Non meno utile appare il monitoraggio di mercato e l'analisi dei fattori legati al consumo di ortofrutta biologica, che possono fornire elementi indispensabili agli operatori per mantenersi in linea con le esigenze commerciali e dei consumatori.

Per questo obiettivo la sezione statistica del Cso ha già predisposto un servizio di rilevamento dati (prezzi, confezioni, marchi, ecc.) nella grande distribuzione organizzata. Contemporaneamente è stata avviata, tramite l'istituto di ricerche di mercato Iha, un'indagine per quantificare gli acquisti di ortofrutta biologica da parte delle famiglie italiane.

Infine, è importante la sinergia con le altre realtà operanti a livello na-

BIOLOGICO: LA BASE SOCIALE DEL CSO

Sono 11 le aziende socie del Cso che nel 1999 hanno commercializzato prodotti ortofruttili biologici, con un fatturato stimato in oltre 50 miliardi di lire.

Le aziende hanno trattato circa una trentina di referenze, tra le quali spiccano gli agrumi, che coprono il 33% del totale lavorato. La frutta ha rappresentato il 48% dell'offerta biologica delle aziende, mentre gli ortaggi hanno raggiunto il 19%.

I prodotti trattati maggiormente sono stati, per la frutta, le arance, le pesche, le nettarine e le pere; per gli ortaggi, le patate e le carote.

Il 53% del prodotto è stato commercializzato sul mercato interno, mentre il 47% è stato destinato all'esportazione. Il 40% è stato indirizzato alla grande distribuzione organizzata, in Italia e all'estero.

zionale o regionale. In questo senso il Cso ha da qualche tempo un rapporto di scambio e collaborazione con Prober, l'associazione dei produttori bio-

logici e biodinamici dell'Emilia-Romagna. È auspicabile che le azioni comuni possano contribuire a far crescere le imprese che operano nel comparto. □