

L'agricoltura biologica nelle Marche, un'opportunità per il futuro

Il comparto negli ultimi anni è cresciuto di oltre il 20%, ma ora occorre migliorare la competitività del sistema produttivo

Promuovere il trasferimento di conoscenze e l'innovazione nel settore agricolo e forestale e nelle zone rurali; potenziare la competitività dell'agricoltura in tutte le sue forme e la redditività delle aziende agricole; sviluppare l'organizzazione della filiera agroalimentare e la gestione dei rischi nel settore agricolo; preservare, ripristinare e valorizzare gli ecosistemi dipendenti dall'agricoltura e dalle foreste; incentivare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale; adoperarsi per l'inclusione sociale, la riduzione della povertà e lo sviluppo economico nelle zone rurali.

Sono questi, in sintesi, le sfide che il Consorzio Marche Biologiche sta portando avanti, in linea con le politiche nazionali ed europee riguardanti l'agricoltura biologica.

Queste iniziative, peraltro, devono necessariamente integrarsi con la Strategia Europa 2020, ovvero il programma messo a punto dall'Unione Europea per la crescita e l'occupazione per il decennio in corso. Nello specifico, in un mondo che cambia l'Ue si propone di incentivare un modello economico intelligente (attraverso innovazione e formazione) sostenibile (in senso ambientale ed economico) e solidale (garantendo redditività e occupazione). In tale contesto, il comparto dell'agricoltura biologica necessita di incentivare alcuni approcci.

Innanzitutto, occorre ragionare in termini ampi e "multifunzionali", aprendo il concetto di "agricoltura" anche ad altro. Così, essa non deve significare solo un'attività funzionale a produrre beni alimentari, ma può anche erogare servizi alla comunità, attraverso agriturismi, agricampeggi, agriasili, agrinido, fattorie didattiche, etc.

Una profonda (ri)organizzazione è da pensare anche per l'intera filiera, in modo da pianificare in tutti i passaggi la produzione del "bene alimentare" dal campo fino alla distribuzione del prodotto finito.

Ovviamente, tutto ciò deve rientrare in una logica di "distretto", che rappresenta la nuova frontiera della politica agricola e si basa sullo sviluppo di partenariati pubblico - privati in grado di sviluppare degli impatti significativi non solo sulle singole imprese agricole, ma anche sul territorio, quindi sulla comunità che vi abita.

Rimangono poi aperte, in ambito di agricoltura biologica, alcune questioni su cui si dibatte da tempo e che richiedono necessariamente degli interventi. Le principali riguardano le deroghe (come ad esempio quelle sulle sementi), la soglia di declassamento per le contaminazioni ambientali indirette, l'agricoltura senza suolo, la certificazione di gruppo, l'equivalenza e la conformità nelle importazioni.

In un simile contesto, intanto, il biologico italiano sta facendo registrare numeri record, che lasciano bene intravedere le potenzialità future dell'intero comparto. Nel 2016 si è raggiunto il record di superficie convertita a biologico (1.795.650 ettari) e di operatori impegnati in questo settore (72.154). Ha peraltro dello strabiliante l'aumento sull'anno precedente: la variazione sul 2015, infatti, è del +20,3% sia per il numero di operatori, sia per l'aumento delle superfici coltivate. Ciò, tuttavia, non preclude a ulteriori sviluppi futuri, dal momento che la superficie agricola del biologico è pari oggi al 14,5% della superficie agricola utilizzata.

CONSORZIO MARCHE BIO

www.conmarchebio.it

Ufficio stampa c/o agenzia fruitecom

T. 059 7863894

Federica Morselli

Cell. 335 5350533 – federica.morselli@fruitecom.it

Jessica Busoli

Cell. 366 5725233 - jessica.busoli@fruitecom.it



Anche sul fronte delle vendite, la situazione rispecchia il "boom" della produzione. Nel 2017, rispetto al 2016, si stima che in Italia siano aumentate di 1 milione le famiglie che hanno acquistato almeno un prodotto biologico. Il valore del bio sul mercato nazionale è valutato peraltro in 3 miliardi di euro e, con le esportazioni, si arriva a 4,8 miliardi di euro. Gli ultimi dati disponibili continuano ad essere incoraggianti e rispecchiano la linea di tendenza degli ultimi anni. Gli incrementi fuori media di vini e spumanti (+109,9%) e delle carni fresche e trasformate (+85,1%) denotano un interesse sempre maggiore per queste categorie di prodotto certificato, nonostante un peso assoluto, in termini di valore, ancora modesto, che giustifica una possibilità di crescita più rapida. Nel primo semestre 2017 le vendite dei derivati dei cereali (+3,2%), della frutta (+19,3%), degli ortaggi (+12,7%) e dei latticini (+16,2%) biologici sono state cospicue e hanno rappresentato da sole il 68% delle vendite di prodotti biologici.

La crescita dei consumi di prodotti alimentari biologici si inserisce nell'ambito di una tendenza sempre più consolidata e su una platea sempre più ampia di consumatori, verso la ricerca di prodotti salutistici/ecologici. Una crescita che si autoalimenta con la maggior presenza di referenze bio in GDO e l'ingresso nel segmento da parte di aziende medio-grandi. Il bio rappresenta quindi un'opportunità sia per le imprese agroalimentari più piccole (che risultano meno competitive sul fronte dei costi/prezzi), ma anche per quelle aziende specializzate in segmenti tradizionali, dove il consumo nazionale è in calo (latte, carni, vino). Rispetto a questo scenario di mercato, l'agroalimentare marchigiano può giocare un ruolo di primo piano nell'offerta di prodotti biologici, sfruttando le peculiarità ambientali/territoriali (buona reputazione) e permettendo ad un tessuto produttivo fatto in prevalenza di piccole aziende di garantirsi una sostenibilità economica di lungo periodo.

"Lo sviluppo delle filiere biologiche - conferma Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche - rappresenta un'opzione strategica per la nostra regione, ma occorre migliorare la competitività del sistema produttivo agricolo e cercare di cogliere la vera sfida che l'agricoltura marchigiana dovrà affrontare nell'immediato, ovvero come dare valore alle produzioni dei nostri seminativi, partendo dai cereali, ma non solo. Ancora, occorre amplificare gli "effetti esterni positivi", come il contrasto ai cambiamenti climatici, la riduzione dell'inquinamento del suolo e delle risorse idriche, la tutela della biodiversità e la salvaguardia della salute degli agricoltori e dei consumatori. E' importante infine ricordare che il made in Italy, da solo, non funziona, perché occorrono delle filiere organizzate. A tal fine è necessario mettere in campo iniziative per favorire l'aggregazione del mondo della produzione. Le OP e le AOP vanno nella direzione giusta".

CONSORZIO MARCHE BIO

www.conmarchebio.it
Ufficio stampa c/o agenzia fruitem
T. 059 7863894

Federica Morselli
Cell. 335 5350533 – federica.morselli@fruitem.com.it
Jessica Busoli
Cell. 366 5725233 - jessica.busoli@fruitem.com.it