



Camera di Commercio Industria
Artigianato e Agricoltura di
Arezzo



Associazione Italiana di
Zootecnia Biologica e
Biodinamica - Milano

2° Convegno Nazionale
Zootecnia biologica italiana:
dal produttore al consumatore

Arezzo, 5 aprile 2002

ATTI DEL CONVEGNO

Programma:

ZOOTECNIA BIOLOGICA ITALIANA: DAL PRODUTTORE AL CONSUMATORE

- ore 9,30 **Saluto delle autorità e delle Associazioni Professionali**
P. Faralli – Presidente C.C.I.A.A. di Arezzo
Saluto ai partecipanti
P. Pignattelli – Presidente Ass. It. Zootecnia Biologica e Biodinamica
Introduzione al convegno.
- ore 9,50 **R. Pampanini** – Università di Perugia
(Moderatore) Prolusione ed apertura dei lavori
- ore 10,00 **H. Willer** – Fibl (Forschungsinstitut für biologischen Landbau) Frick CH
Produzioni biologiche in Europa, storia, sviluppo e previsioni.
- ore 10,25 **R. Polidori** - Università di Firenze
Innovazione e sviluppo rurale: il metodo di produzione della zootecnia biologica in Italia.
- ore 11,00 **Discussione**

Coffee break
- ore 11,40 *Le esperienze di alcuni produttori ed esperti su:*
- *- carne bovina (**M. Pasuelli** – Università di Perugia)
 - * - latte (**P. Neotti** – Centrale Produttori Latte Lombardia, Milano)
 - * - carne suina (**L. Bergesio** – Fattorie Del Duca, Moncalieri, TO)
 - * - carne avicola (**W. Vannucci** – Gruppo S. Angelo, Forlì)
 - * - uova ed ovoprodotti (**G. Seghezzi** - Ovopel spa, Milano)
- ore 12,45 **Discussione**

Pausa pranzo
- ore 14,30 **C. Carenzi**, Università di Milano
(Moderatore) ripresa dei lavori
- ore 14,30 **R. Pinton** (Consulente aziendale, Padova)
Produzione e mercato dei prodotti biologici, trend e proiezioni
- ore 15,00 **C. Ferrari & M. Magnani** (Esselunga – Milano)
Qualità e tracciabilità dei prodotti biologici
- ore 15,30 **Discussione**
- ore 16,00 **D. Marino** - Università del Molise.
Produzioni biologiche e le mutate esigenze del consumatore
- ore 16,30 **Discussione.**

Chiusura del Convegno

PIETRO FARALLI
Presidente C.C.I.A.A. di AREZZO

Gentili signore, egregi signori,

Desidero innanzitutto porgere il più sentito saluto di benvenuto a nome dell'Ente camerale e mio personale a tutti voi.

Questi ultimi cinquanta anni sono stati caratterizzati dagli enormi passi del progresso tecnologico in tutti i settori della nostra vita, da quello della salute, grazie a continue nuove scoperte di farmaci, tecniche diagnostiche, cliniche e chirurgiche, da quello del lavoro con l'espandersi della meccanizzazione, dell'elettronica, dell'informatica, ecc. fino a quello del tempo libero, dagli impianti sportivi, ai mezzi di trasporto alle attrezzature dei luoghi di vacanza, ecc.

Il progresso tecnologico è divenuto la *conditio sine qua non* della nostra vita e naturalmente ha finito per coinvolgere anche la nostra alimentazione quotidiana, già condizionata da altri fattori, quali: la destrutturazione del pasto tradizionale, con riduzione dello stesso, la crescita dei pasti, cene, spuntini, ecc. extradomestici, il ruolo della donna nel mondo del lavoro, l'affermazione di modelli stranieri e soprattutto la crescente attenzione ai problemi della salute (leggerezza e genuinità dei cibi, ecc.).

I nuovi modelli di vita hanno imposto nuovi modelli alimentari e giocoforza anche un'adeguata risposta dell'industria agro-alimentare, grazie anche ai molti progressi tecnologici in questo specifico settore.

Da qualche anno tuttavia il miracolo tecnologico sembra trovare minori consensi soprattutto quando in causa è chiamata la salute dell'uomo, e viene additato come il maggiore responsabile dell'inquinamento ambientale, dell'incidenza di alcune malattie, della riduzione o scomparsa di specie vegetali ed animali, della riduzione della biodiversità, ecc.

Non deve quindi stupire se oggi è in aumento, per esempio, la richiesta di vacanze in luoghi non contaminati dalla cosiddetta civiltà, quali isole sperdute, montagne inaccessibili ed addirittura conventi e monasteri. E un'ulteriore testimonianza della richiesta di cambiamento ci è fornita dal boom dell'agriturismo di cui la nostra regione è l'esempio più eclatante.

Insomma è sempre più sentita l'esigenza di una vita più naturale e quindi, quale logica conseguenza, di una alimentazione che si richiami alla tradizione, alla semplicità, alla genuinità dei cibi.

L'Ente camerale aretino non è rimasto insensibile alle nuove istanze del consumatore e numerose sono state e sono le iniziative intraprese a questo proposito, con particolare attenzione ai prodotti alimentari.

Non bisogna inoltre dimenticare che recentemente all'Ente camerale sono stati demandati, a garanzia del consumatore, precisi compiti per definire le regole di produzione e di controllo dei prodotti, si è infatti inteso conferirgli un ruolo di organismo *super partes*, quale vero regolatore del mercato e delle relative dinamiche economiche.

In questo contesto la miglior testimonianza di quanto la Camera di Commercio aretina abbia a cuore la tradizione, la qualità e la genuinità dei prodotti alimentari è contenuta nell'iniziativa promossa nell'ambito del GAL (nota con il termine di intervento 21) finalizzata alla realizzazione di un sistema territoriale di qualità certificata di oltre 120 prodotti tipici, attraverso precisi disciplinari di produzione e di controllo. Naturalmente sono inclusi anche i prodotti di origine zootecnica.

L'interesse dell'Ente camerale aretino a tutte le iniziative a favore del settore zootecnico, soprattutto a quelle con forte valenza innovativa e che intendono dare risposte alle più recenti istanze del mercato, trova un'ulteriore conferma nell'organizzazione del presente Convegno in collaborazione con l'Associazione Italiana di Zootecnia Biologica e Biodinamica.

E' questa la seconda edizione di una iniziativa che è nostra intenzione replicare annualmente.

Il tema affrontato lo scorso anno scorso fu: "Zootecnia biologica italiana: risultati e prospettive" logica anticipazione del tema che sarà trattato nell'odierna edizione " Zootecnia biologica italiana: dal produttore al consumatore" In parole più semplici...- dai risultati della ricerca, dalle prove degli scienziati, alla pratica applicazione degli stessi fino alla commercializzazione del prodotto finale –

La presenza della dottoressa Helga Willer, esperta delle produzioni con metodo biologico a livello internazionale, in un convegno sulla zootecnia biologica italiana non è una contraddizione, ma vuole essere una conferma della nostra apertura a tutto raggio alle esperienze straniere, soprattutto europee, ed un'anticipazione di quello che sarà il tema del prossimo Convegno, quello di dare risposte concrete alla necessità di uscire dall'ambito nazionale per affrontare mercati in cui la realtà dei prodotti biologici è già ben consolidata.

Affrontare e realizzare progetti ambizioni fa parte della nostra storia, recente e passata, soprattutto se implicano fatti e processi essenziali, quali, ad esempio, il migliorare la qualità della vita, alimentazione inclusa nel senso più vasto della parola, dalla tradizione alla cultura gastronomica.

Nell'augurare a tutti una giornata di proficuo lavoro rinnovo il mio grazie a tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questo Convegno, Enti, Istituzioni pubbliche e private e tanti altri collaboratori interni ed esterni, che solo per limiti di tempo non mi è consentito elencare, ma che sono tutti quanti meritevoli di plauso.

Grazie per l'ascolto e buon lavoro.

INTRODUZIONE AL CONVEGNO

Paolo Pignattelli

Presidente, gentili signore, egregi signori, cari colleghi.

E' con rinnovato piacere che porgo a voi tutti il benvenuto a questo Convegno a nome dell'Associazione Italiana di Zootecnia Biologica e Biodinamica e mio personale.

Come ha ricordato il Presidente Faralli siamo già alla seconda edizione di una iniziativa che non ha precedenti in Italia, un traguardo notevole se si considera che la Zootecnia biologica italiana è nata ufficialmente il 4 agosto 2000, iniziativa che rappresenta anche un consolidato punto di partenza per altre interessanti iniziative, in parte già anticipate e di cui dirò più avanti.

Va comunque ricordato che già da alcuni anni, con l'espandersi dell'agricoltura biologica - abbiamo ormai superato il milione di ettari convertiti - (tabella 1) esistono nel nostro Paese numerosi allevamenti di bovini, suini, ovini, caprini, avicoli, ecc. convertiti al metodo biologico e certificati da uno dei nove organismi di certificazione riconosciuti dal MiPaf ed operanti su scala nazionale (tabella 2).

Va anche precisato che le cifre riportate, mancando un riferimento a statistiche ufficiali, sono il risultato di indagini personali condotte nel corso del secondo semestre dello scorso anno anche con l'aiuto degli Enti di certificazione ed alla Federazione Italiana Agricoltura Organica (FIAO). I dati ufficiali; in molti casi, es. suini, sono certamente in difetto, ma la prudenza si impone, trattandosi di un settore agli inizi, anche se in piena crescita

La scelta del tema "dal produttore al consumatore" trova giustificazione sia come logica conseguenza del tema del primo convegno, come ha ricordato il Presidente Faralli, sia perché occorre dare risposte concrete alle nuove istanze del consumatore (tabella 3).

Il soddisfacimento delle esigenze agroalimentari del consumatore quindi dovrà sempre più avvenire in funzione del miglioramento del rapporto uomo/animale/ambiente e l'allevamento con metodo biologico rappresenta quindi un'opportunità per tutti, dai produttori ai consumatori, dai politici agli amministratori, dagli operatori ai ricercatori, ecc. che non deve essere assolutamente perduta, come sottolineato anche dai continui "incidenti" e relative crisi di mercato".

Ad ulteriore conferma dell'opportunità di questa scelta tematica stanno le quotidiane richieste, inchieste, articoli, interviste, ecc. dei media, come pure i numerosi convegni provinciali e regionali sulle tematiche della zootecnia biologica ed inoltre la presenza di intere sezioni dedicate al biologico nelle fiere e nei mercati, come pure la sempre più marcata presenza del biologico nei banchi dei supermercati e nei negozi specializzati (tabella 4).

La scelta della città di Arezzo, si è riconfermata validissima, innanzitutto non fu causale, ma il risultato di una serie di considerazioni, vuoi perché Arezzo è al centro di una vasta area di grande interesse per l'agricoltura e la zootecnia biologica, che si allarga oltre i confini della Toscana, vuoi per l'elevato sviluppo che in queste terre ha raggiunto l'agriturismo, ma soprattutto per la sensibilità mostrata a queste problematiche dalle Associazioni di categoria ed in particolare della Camera di Commercio di Arezzo.

Relativamente ai prossimi appuntamenti, dal momento che non è stato possibile inserire nel programma di questo Convegno le esperienze di altri settori del biologico, stiamo valutando per il prossimo anno un modello di convegno allargato a due giornate con un maggior coinvolgimento internazionale.

Sulle altre iniziative in programma se ci sarà tempo ne parleremo nelle conclusioni di questa giornata.

Tabella. 1.
AGRICOLTURA BIOLOGICA

ITALIA		
Anno	n aziende	superficie Ha
1987	800	9.000
1998	29.870	565.000
1999	> 40.000	+/- 1.000.000
2000	> 50.000	> 1.000.000
2001	> 60.000	> 1.100.000

Tabella. 2.
ZOOTECNIA BIOLOGICA : le consistenze italiane

31. 12. 2001	oltre 1.000 le aziende convertite o in corso di conversione (150)				
	di cui	bovini	54%	capi	12-17.000
		ovi-caprini	24%	“ ”	20-25.000
		avicoli (*)	7%	polli carne	350-450.000
				ovaiole	280-330.000
		suini	3%	“ ”	qualche migliaio
		apicoltori	12%		

(*) solo qualche centinaio gli altri avicoli

Tabella 3

Sviluppo del settore agroalimentare in relazione alle esigenze e comportamenti del consumatore e delle risposte delle aziende dagli anni '60 ad oggi. (G. Ballarini, 1995; P. Pignattelli, 2000 e 2002)

PERIODO	Parametro da analizzare	Slogan dominante	Strategia aziendale
Anni '60, della crescita indiscriminata	p p et ib il it à (Qualità organolettica)	“Crescita a tutti i costi”	Crescita = Profitto
Anni '70, recupero della credibilità	Qualità nutrizionale	“Qualità a tutti i costi”	Qualità = Profitto
Anni '80, recupero della responsabilità	Sicurezza	“Sicurezza a tutti i costi”	Sicurezza = Profitto
Anni '90, recupero della razionalità	Sicurezza e qualità	“Garanzia di Sicurezza e Qualità”	Qualità totale = Profitto
Anni fine '90 – 2000, recupero della tradizione	Approccio salutistico (Salute soprattutto)	“Mangiare bene per vivere meglio”	Qualità totale = Profitto
Anni 2000 – 2002 Recupero della tradizione migliorando il rapporto uomo/animale/ambiente	Salute soprattutto, ma senza condizionamenti	“Mangiare bene per vivere meglio in un mondo migliore”	Qualità “allargata” = Profitto

In conclusione, il soddisfacimento delle esigenze/fabbisogni del consumatore avviene quindi attraverso la proposta di:

Prodotti convenzionali

Prodotti ad alto contenuto di servizi

Prodotti tradizionali

Prodotti biologici.

Tabella. 4

ITALIA – CONSUMI UNITARI DI CARNE (kg per abitante)
(UNA – ISTAT)

	1989		1995		1999		2000
carni bovine	26,9		24,5		23,8		---
carni suine	26,3		27,4		28,6		---
carni ovicaprine	1,7		1,2		1,2		---
carni equine	1,2		1,0		0,8		---
totale carni “rosse”	56,1	68,34%	54,1	66,87%	54,4	66,01%	
<i>biologiche</i>	---		---		---		0,07 (*)
carni avicole	18,8		18,8		19,3		---
carni cunicole	4,0		4,2		4,2		---
totale carni “bianche”	22,8	27,77%	23,0	28,43%	23,5	28,51%	
<i>biologiche</i>	---		---		---		0,02 (*)
<i>TOTALE</i>	82,		80,9		82,4		
<i>biologiche</i>	---		---		---		0,09 (*)

(*) - Stime da P. Pignattelli -2001, pari a: carni bovine 3-3.500 ton, ovicaprine 0,8-1.000 ton e avicoli 0,9-1.2000, incluse le importazioni Totale 4,7-5.700 ton)

Organic Farming in Europe – Current Status and Future Prospects

Helga Willer¹

Development of Organic Agriculture in Europe

Since the middle of the 1990s organic farming has developed very rapidly in almost all European countries with yearly growth rates of 25 per cent. At the beginning of 2001 in the 15 EU-countries, almost 3.8 million hectares were managed organically by around 130.000 farms. At the time of writing this text, only few figures for the organic land area per 31.12.2001 were available.

According to initial estimates of FiBL, however, the organic area in Europe rose sharply in 2001. Spain for which new figures are available had an increase of 20 % in 2001.

The strongest growth is demonstrated in Scandinavia and the Mediterranean countries. Since the end of the nineteen-nineties, strong growth has also taken place in Germany and the UK. The country with the highest number of farms and the biggest area under organic management is Italy: here more than a million hectares are under organic management. This amounts to more than one quarter of the EU's organic land.

The European Market for Organic Food

Organic trade is growing rapidly. According to estimates by the International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) the world retail market for organic food and beverages increased from an estimated US dollars 10 billion in 1997 to an estimated 17.5 billion US Dollars in 2000. Assuming an annual global growth rate of up to 20 per cent during the year 2000, world retail sales are estimated to have reached about US dollars 21 billion in 2001. According to the International Trade Centre (2002) the European market amounted to an estimated 10 billion Euro in 2001.

In the European Union, Germany is the biggest market in absolute figures (2,7 billion Euro in 2000). Higher percentages of the total market are, however, found for instance, in Denmark and in Switzerland. Market growth is fastest in the UK. Some researchers say that in countries, where organic foods are mainly sold via supermarkets, growth and market shares are higher than in those where specialised shops are the main marketing channels. According to the authors, a second important factor for a high market share is the existence of a national logo for organic products.

Legal Framework

With the EU-regulation on organic production 2092/91, much of which is based on the IFOAM Basic standards for organic production, considerable protection for both consumers and producers has been achieved. In December 1999, the EU-Commission decided on a logo for organic products that can be used for products produced according to EU-regulation 2092/91 (see figure). Several EU countries have - in some cases long before the EU-regulation on organic production came into force - developed their own national regulations and also national logos for organic products. These logos, for instance those in Denmark or in Austria, are well-known and very much trusted in by the consumers. The existence of these logos is one reason for the organic boom in these countries. In autumn 2001 the new German state logo for organic products was launched. In the year 2002 the German ministry of agriculture plans to promote this logo with a major image campaign. These examples show that even though the EU-regulation 2092/91 has undoubtedly brought considerable consumer protection, consumer confidence clearly needs to be increased by extra measures at national levels.

State Support

In all EU-countries, farmers are receiving support under the agri-environment programs, which are granted under the rural development regulation under Agenda 2000 (EU-regulation 1957/1999). In

¹ Dr. Helga Willer, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Ackerstrasse, CH-5070 Frick, Tel. 0041-(0)-62-8657207, Fax 0041-(0)62-8657273. E-Mail helga.willer@fibl.ch, Web <http://www.fibl.ch> and <http://www.organic-europe.net>

the EFTA countries and some countries of Central / Eastern Europe, such support is granted as well. These subsidies are - apart from the strong market growth - an important factor for the increase of the organic land area in Europe. Some countries do not only grant area based payments under this regulation, but also provide investment support, support for marketing and processing, training and for demonstration farms. It has been found that subsidising individual farmers is not a sufficient incentive for conversion and that subsidies can not guarantee the maintenance of organic farming methods in the long run. Therefore, some European governments have developed action programs in order to promote organic agriculture. As part of these action plans, marketing of organic products, advisory services and consumer information is supported (see table).

At the Conference "Organic Food and Farming - Towards Partnership an action" in Denmark, which took place in Denmark in May 2001, agriculture ministers from 12 European countries called for a European action plan for the development of organic farming and food. Following the Copenhagen conference on organic farming in June 2001, the European Council of Agricultural Ministers agreed on conclusions regarding organic farming, inviting the European Commission to consider an European Action Plan for Organic Food and Farming.

Outlook

The area under organic management went up continually since the mid-1980s in the European Union. This is due to strong consumer demand and a growing market, the EU support through area payments, the implementation of EU-regulation 2092/91 and amendments, farmers looking for alternatives due to food scandals and the BSE-crisis. Strong political support is now given by almost all European governments, which was demonstrated at the European Conference on organic farming held in Denmark in May 2001. In order to obtain the percentages of organic land that many governments have set for themselves as a goal, further efforts will, however, be needed, including full political support for organic farming. The use of the long-standing experience and competence of the private organic sector is a key factor for the future growth and development of organic farming.

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)

In 1974 the Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), was constituted as a private foundation by organic farmers, scientists, politicians and representatives of industry near Basel (Switzerland). It has set itself the task of establishing practice oriented agronomic and economic research, and of making new findings available to the organic farmers. Today, the institute has 70 to 80 employees; there are three research departments and a department for advice and training. Although a private foundation, FiBL is considerably funded by the Federal Government, the Swiss cantons and private institutions as well as by revenues from planning and advising. Currently, its annual revenues in research are 4 million Euro and in training and extension 2.5 million Euro. The FiBL-Research focuses on Soil Ecology, Crop Production and Crop Quality, Plant Protection, Animal Health, Animal Husbandry and Breeding, Veterinary Parasitology, Socio-Economics and Biodiversity.

Address

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Ackerstrasse, CH-5070 Frick, Tel. 0041-(0)-62-8657272, Fax 0041-(0)62-8657273, E-Mail admin@fibl.ch, Web <http://www.fibl.ch> and <http://www.organic-europe.net>

AGRICOLTURA BIOLOGICA IN EUROPA, STATO ATTUALE E PROSPETTIVE FUTURA

Helga Willer

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Arkerstrasse, Frick.- 5070 CH

1.- SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA IN EUROPA

A partire dalla metà degli anni 90 l'agricoltura biologica si è sviluppata molto rapidamente in quasi tutti i Paesi europei con una crescita annuale del 25%. All'inizio del 2001 nei 15 Paesi dell'Europa comunitaria quasi 3,8 milioni di ettari appartenenti a circa 130.000 aziende, risultavano convertiti al biologico.

I dati relativi al 31. 12.2001 sono disponibili solo in piccola parte. In accordo con le stime iniziali del nostro Istituto di Ricerche (FiBL), comunque, la superficie convertita in Europa è cresciuta rapidamente nel 2001. La Spagna, di cui si conoscono i dati, ha avuto una crescita del 20%, nel 2001.

La crescita più elevata si è registrata in Scandinavia e nei Paesi dell'area mediterranea. Dalla fine degli anni 90 una forte crescita ha interessato anche la Germania ed il Regno Unito. L'Italia è la nazione con il più alto numero di aziende e di terreno convertito al metodo biologico, oltre un milione di ettari, più di un quarto di tutta la superficie convertita in Europa.

2.- IL MERCATO EUROPEO DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI

Il mercato del biologico sta crescendo rapidamente. In accordo con le stime dell'International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) il mercato mondiale delle vendite al minuto degli alimenti e delle bevande biologiche è passato dai 10 miliardi di dollari del 1997 ai 17, 5 miliardi di dollari del 2000. Presumendo un tasso globale di crescita annuale del 20% nel corso del 2000, si stima che il totale delle vendite nel 2001 abbia raggiunto i 21 miliardi di dollari. Secondo l'International Trade Centre (2002) il mercato europeo nel 2001 avrebbe raggiunto i 10 milioni di euro.

Nella Unione Europea, la Germania rappresenta il mercato più grande in assoluto con 2,7 miliardi di euro nel 2000. In ogni caso le più alte percentuali raffrontate al mercato totale degli agroalimenti si ritrovano in Danimarca ed in Svizzera. La crescita più rapida si riscontra nel Regno Unito. Alcuni ricercatori affermano che nei Paesi dove le vendite degli alimenti biologici, sono effettuate attraverso i supermercati, la crescita e le quote di mercato sono più alte rispetto a quelle nazioni dove i negozi specializzati rappresentano il principale canale di vendita.

Concordano inoltre nel ritenere che il secondo fattore d'importanza per un'elevata quota di mercato è la presenza di un logo nazionale dei prodotti biologici.

3.- LA STRUTTURA NORMATIVA

Con l'entrata in vigore del regolamento comunitario sulla produzione biologica CE - 2092/91, che in larga parte è basato sugli standard di base dell'IFOAM, è stata raggiunta una consistente protezione dei produttori e dei consumatori. Nel dicembre del 1999, la Commissione della Comunità Europea ha deciso di fare un logo per i prodotti biologici che può essere usato per i prodotti ottenuti nel rispetto del regolamento comunitario CE - 2092/91. Diversi Paesi della comunità hanno, in alcuni casi molto tempo prima del regolamento europeo sulle produzioni biologiche entrasse in vigore, sviluppando regolamenti nazionali ed anche logo nazionali per i propri prodotti biologici. Questi logo, come per es. quelli operanti in Danimarca o Austria, sono ben conosciuti e danno moltissimo affidamento ai consumatori. La presenza di questi logo è un motivo per comprendere il boom del biologico in quelle nazioni. Nell'autunno del 2001, in Germania è stato lanciato il nuovo logo di stato per i prodotti biologici. Nel 2002 il Ministero dell'Agricoltura tedesco ha deciso di promuovere questo logo con una campagna per una maggior immagine. Questi esempi mostrano che, se anche il regolamento CE-2092/91 ha indubbiamente portato una sostanziale protezione del consumatore, la fiducia del consumatore necessita chiaramente di essere supportata da misure extra apportate a livello nazionale.

4.- LO STATO DELLE SOVVENZIONI IL PUNTO SULLE

In tutti i Paesi della CE, le aziende stanno ricevendo sovvenzioni con i programmi agricolo-ambientali, che sono concessi in base alle regole dello sviluppo rurale previsto dall'Agenda 2000 (regolamento CE 1957/99). Nei Paesi dell'EFTA ed in alcune nazioni dell'Europa centrale e dell'est, alcune sovvenzioni sono così concesse. Queste sovvenzioni - a parte quelle derivanti dalla crescita elevata del mercato - sono un'importante fattore per la crescita di aree convertite al biologico in Europa. Alcuni Paesi non solo concedono pagamenti sul terreno convertito, ma anche forniscono aiuti per gli investimenti, supporti per il marketing e la trasformazione, per l'addestramento ed aziende dimostrative. E' stato inoltre trovato che sovvenzionare singoli agricoltori non è un incentivo sufficiente per spingerli alla conversione e che le sovvenzioni non possono garantire, a lungo andare, il mantenimento dei metodi dell'agricoltura biologica. Tuttavia alcuni governi europei hanno sviluppato programmi articolati per lo sviluppo dell'agricoltura e della zootecnia biologica. Fanno parte di questi piani articolati il supporto al marketing dei prodotti biologici, i servizi di consulenza e le informazione per il consumatore.

Al Congresso su “Organic Food and Farming – Towards Partnership an action” che si è tenuto in Danimarca nel maggio 2001, i ministri dell’agricoltura di 12 Paesi della CE sono stati chiamati per promuovere un piano d’azione a livello europeo per lo sviluppo degli alimenti e dell’agricoltura biologica. In seguito al Congresso di Copenhagen sull’agricoltura biologica del giugno 2001, il Consiglio Europeo dei Ministri dell’Agricoltura ha accettato le conclusioni riguardanti l’agricoltura biologica, invitando la Commissione Europea a considerare un Piano di azione europeo per gli alimenti e l’agricoltura biologica.

5.- PROSPETTIVE

Le aree convertite al metodo biologico sono cresciute ininterrottamente dalla metà degli anni '80 nella CE. Questo è dovuto alla forte domanda dei consumatori e ad un mercato in crescita, al supporto della CE attraverso la politica delle sovvenzioni, all’implementazione del regolamento CE 2092/99 e successive modifiche, all’attenzione degli allevatori per le produzioni alternative in conseguenza degli scandali alimentari ed alla crisi della BSE. Attualmente quasi tutti i governi europei danno un notevole supporto politico, come è stato confermato al Congresso europeo sull’agricoltura biologica tenutosi in Danimarca nel maggio 2001. Al fine di ottenere le percentuali di terreni convertiti al biologico, che molti governi hanno fissato come un loro preciso traguardo, saranno necessari, comunque, ulteriori sforzi, incluso il pieno supporto politico per l’agricoltura biologica. Un così lungo periodo di esperienza e la competenza del settore privato del biologico sono un fattore chiave per la futura crescita e lo sviluppo dell’agricoltura biologica.

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL)

Il Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) fu costituito nel 1974 come fondazione privata da agricoltori biologici, ricercatori, politici e rappresentanti dell’industria, vicino a Basilea (CH).

L’Istituto si è prefisso il compito di condurre, con orientamento pratico, ricerche in campo agronomico ed economico e di realizzare nuove scoperte utilizzabili dagli agricoltori biologici.

Attualmente, nei tre dipartimenti di ricerca e nel dipartimento consulenza e formazione dell’Istituto lavorano 70-80 persone. Sebbene si tratti di una fondazione privata, FiBL è consistentemente sostenuto dal Governo federale svizzero, dai cantoni svizzeri e da istituzioni private, come pure dall’entrate per lavoro di pianificazione e consulenza. Normalmente l’entrate annuali dalle ricerche sono di 4 milioni di euro e dal lavoro di consulenza e divulgazione sono 2,5 milioni di euro. Le principali ricerche di FiBL sono focalizzate sull’ecologia del suolo, la produzione e la qualità delle

colture, la protezione delle piante, la salute animale, l'allevamento e la riproduzione animale, la parassitologia animale, le problematiche socio-economiche e la biodiversità.

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Ackerstrasse, CH-5070 FRICK
Tel 0041 (0) 628657272, Fax 0041 (0) 628657273, e-mail admin@fibl.ch, Web: <http://www.fibl.ch>
Oppure: www.organic-europe.net

Innovazione e sviluppo rurale: il metodo di produzione della zootecnia biologica in Italia

Roberto Polidori

Dipartimento di Economia Agraria e delle Risorse Territoriali

Facoltà di Agraria

Università degli Studi di Firenze.

1. Introduzione

L'espansione della zootecnia biologica è sostenuta dalla capacità di corrispondere ad esigenze sempre più sentite dei consumatori e della società, costituite:

- 1) dal bisogno di un'alimentazione sana, basata su prodotti privi di contaminazioni chimiche e di conservanti;
- 2) dalla ricerca di prodotti di qualità in senso ampio, aventi migliori caratteristiche organolettiche, maggiore sicurezza alimentare e genuinità, maggiore vicinanza all'agricoltura tradizionale;
- 3) dall'esigenza di processi produttivi eco-compatibili.

La zootecnia biologica ha assunto nel tempo una struttura sempre più organizzata, nella quale produzione e consumo costituiscono un circuito integrato.

Un primo scopo della relazione è individuare i diversi fattori economici, sociali, tecnici ed istituzionali che hanno favorito negli ultimi anni in Italia l'espansione delle produzioni biologiche zootecniche al fine di verificare le condizioni per una crescita futura del settore. Un secondo obiettivo è evidenziare l'interesse delle produzioni biologiche ai fini della politica di Sviluppo Rurale, con particolare riferimento alla valorizzazione delle zone marginali. I due aspetti risultano strettamente interconnessi e sono indagati analizzando la relazione dinamica tra consumo e produzione all'interno di uno schema interpretativo teorico di "dinamica economica strutturale". Questo approccio consente infatti di mettere in evidenza che il processo di sviluppo (di un settore produttivo, di una filiera o di un territorio) è innescato e sostenuto da un meccanismo di tipo circolare e cumulativo determinato dall'evoluzione di (e dall'interazione tra) caratteri strutturali quali la domanda finale, la produzione, il progresso tecnico e da quelli dell'assetto istituzionale, inteso come insieme di norme convenzioni ed organizzazioni (Pasinetti, 1993).

Un terzo scopo della relazione è l'analisi dei principali caratteri del metodo produttivo biologico e dei costi di alcuni dei principali prodotti zootecnici (attraverso la rilevazione dei processi produttivi aziendali), con l'obiettivo di mettere in evidenza le maggiori difficoltà organizzative e di rischio d'impresa che questo metodo produttivo comporta rispetto ai metodi di produzione convenzionali.

Il lavoro si divide quindi in tre parti. Dopo aver brevemente indicato il processo dinamico attraverso il quale si manifesta lo sviluppo rurale, vengono specificati i caratteri strutturali della zootecnia biologica e discusso il loro ruolo all'interno di un processo di sviluppo rurale (paragrafi 2 e 3). Successivamente, nell'analizzare i risultati economici aziendali dei principali prodotti biologici della zootecnia, viene sottolineata l'importanza dell'organizzazione e del rischio nella gestione delle aziende zootecniche che applicano il metodo di produzione biologico (paragrafo 4). Infine, nel paragrafo 5, vengono fatte alcune considerazioni riguardo alla possibile evoluzione del settore.

2. Zootecnia biologica e sviluppo rurale

Al termine *sviluppo* si accredita un significato concernente non solamente le variazioni positive dei parametri economici (reddito e/o prodotto interno pro capite ecc.), ma anche i cambiamenti dei caratteri tecnici, sociali, organizzativi, istituzionali che normalmente accompagnano i primi nel loro processo evolutivo. Lo sviluppo si caratterizza quindi non solamente con un aumento della produzione ma anche attraverso una diversa composizione della stessa ed un differente modo di produrre, lo sviluppo determina anche una differente distribuzione delle risorse tra i settori produttivi e modifica parametri sociali e demografici, determina inoltre cambiamenti delle relazioni istituzionali tra soggetti caratterizzandosi così come un processo multi-dimensionale.

Lo sviluppo può essere analizzato utilizzando il seguente modello circolare. La produzione determina un reddito che viene distribuito tra le differenti figure economiche che partecipano al processo produttivo, le quali esplicano una domanda aggregata che, a sua volta, fornisce l'impulso per nuovi processi produttivi. In questo contesto il progresso tecnico risulta molto importante ed agisce secondo due effetti distinti. Un primo effetto, di natura più strettamente tecnologica, si manifesta sul lato della produzione come mutamento dei prezzi relativi in seguito alla variazione dei metodi di produzione, che determina modifiche nella quantità fisica, nel tipo e nella qualità dei beni che possono essere prodotti da una stessa quantità di fattori². Un secondo effetto riguarda il lato della domanda come cambiamento della domanda potenziale. Gli aumenti di produttività del progresso tecnico si traducono, data la possibilità di avere a disposizione un numero di beni e servizi diversi e migliori rispetto alla situazione precedente, in un aumento di reddito e, di conseguenza, delle possibilità di consumo procapite.

Il quadro strutturale appena delineato costituisce lo scheletro di una costruzione teorica in grado di avere rilevanza analitica e normativa. Tuttavia esso non è sufficiente per il funzionamento compiuto di un sistema economico reale: a tal fine è necessario prendere in considerazione l'intero insieme di forme organizzative e istituzionali che qualificano i diversi sistemi economici reali e che consentono il passaggio dalla schematizzazione teorica alla realtà. L'assetto istituzionale di un dato sistema economico comprende una rete complessa di istituzioni politiche, normative e giuridiche

² Esistono però notevoli diversità nell'adozione delle innovazioni tra i differenti settori, sia perché queste hanno caratteri diversi, sia perché i singoli settori operano con forme differenti di mercato. Dato che il progresso tecnico agisce a livello settoriale in termini differenziati risulterà differente anche la possibilità di crescita dei diversi settori.

già preesistenti e modellate nel corso dei processi storici, con le quali le istituzioni più propriamente economiche devono interagire al fine di raggiungere specifici risultati. Gli aspetti istituzionali diventano quindi rilevanti per la regolamentazione dei sistemi economici, in quanto concorrono alla realizzazione delle grandezze economiche che caratterizzano i sistemi stessi: prezzi e quantità delle merci, prezzo e quantità fisica del lavoro occupato, tasso di interesse, ecc.

Possiamo, a questo punto, sinteticamente esplicitare i fattori determinanti di un processo circolare di sviluppo di lungo periodo in un ambiente macroeconomico: essi sono costituiti dal progresso tecnico e dalla domanda finale come variabili strutturali e dal sistema istituzionale quale variabile normativa. La “circolarità” di tale processo deriva dal fatto che il progresso tecnico determina la dinamica del sistema nel suo complesso e quella differenziata dei singoli settori (prezzi, consumi, produzioni, distribuzione settoriale dell’occupazione e redditi): esso consente la crescita del reddito reale che, attraverso la sua distribuzione, implica un cambiamento nella struttura dei consumi a causa dell’esistenza di non-linearità nelle curve di Engel (Falkinger J., Zweimuller J. 1996); a sua volta la domanda influenza la produzione, spingendo verso nuovi e più efficienti metodi produttivi.

Uno dei caratteri distintivi del processo di sviluppo è costituito dalla sua articolazione territoriale, è infatti necessario integrare i modelli di sviluppo sottolineando l’emergenza della variabile territoriale nell’analisi del fenomeno; un secondo elemento è costituito dalla differenziazione dello sviluppo; date le diverse condizioni ambientali, storiche, sociali, istituzionali che caratterizzano le diverse aree anche i percorsi di sviluppo perseguiti e perseguibili saranno differenti. In particolare lo sviluppo rurale si presenta come un processo multi-dimensionale di trasformazione di un dato sistema sociale, economico, ambientale nel corso del tempo territorialmente localizzato.

Queste considerazioni portano ad adottare il Sistema Locale di Sviluppo (Slc) quale modello interpretativo dello sviluppo territorialmente differenziato definito concettualmente da differenti autori (Becattini, 1987; Garofani e Mazzoni, 1994). Ciò è particolarmente importante per l’analisi dello sviluppo rurale (Romano, 2000). Tuttavia tutte le differenti definizioni, e forme concrete assunte dai Slc, hanno in comune, nel differenziare i differenti percorsi di sviluppo, l’interazione tra i caratteri del modello organizzativo della produzione e le variabili ambientali territoriali poco trasferibili, dove per variabili ambientali si intende, in senso ampio, l’ambiente naturale e quello costruito dall’uomo.

I contenuti della ruralità possono essere evidenziati dal punto di vista descrittivo, istituzionale e funzionale. Dal punto di vista descrittivo, il territorio rurale è un’area a bassa densità demografica dove si attua un’economia caratterizzata dall’agricoltura insieme all’artigianato, piccola e media industria, turismo, ecc., che si integrano mantenendosi in equilibrio e rispettando l’ambiente naturale. Dal punto di vista istituzionale, il territorio rurale emerge come un sistema di

organizzazioni di istituzioni, più precisamente come sistema comunitario di risorse organizzate collettivamente. Dal punto di vista funzionale, il territorio rurale si qualifica come spazio in cui coesistono e si integrano funzioni di tipo economico (produzione agricola, artigianale, industriale turistico ricreative), ambientali (conservazione e valorizzazione suolo, acqua, aria, protezione del paesaggio e della biodiversità) e socio-culturali (conservazione e sviluppo delle caratteristiche socio-culturali delle comunità locali) (Basile, Romano, 2002).

In questo contesto è possibile dare una qualificazione di rurale ad un SIs. I differenti autori ritengono che questo possa essere fatto al momento in cui si utilizza come discriminante la categoria della “conoscenza contestuale”. Per conoscenza contestuale si intende la presenza di un determinato fattore produttivo, che ha la caratteristica di bene collettivo poco trasferibile la cui utilizzazione consente un vantaggio competitivo durevole e accessibile solo a chi fa parte del SIs di cui quel fattore (conoscenza) è patrimonio. ”Un sistema locale di sviluppo rurale può essere definito come un SIs il cui ambiente sociale ed economico è caratterizzato da un’insieme di attività di produzione e di valorizzazione delle risorse naturali rinnovabili che hanno una base territoriale (in cui rientrano a pieno titolo non solo l’agricoltura e la selvicoltura ma anche la pesca nelle acque interne, l’agriturismo ed il turismo rurale, ecc.) e che costituiscono il nucleo fondante della conoscenza contestuale del sistema stesso” (Romano, 2000: 235).

La qualificazione di rurale, così come precedentemente indicata, ha implicazioni importanti anche in termini di diversificazione di strumenti e di politiche di intervento. Alcuni autori sostengono infatti che “le politiche economiche debbano essere calibrate, qualora la loro valenza sia settoriale, alle diverse specificità territoriali; oppure devono essere tali da perdere interamente la dimensione settoriale per assumere, come centrale la dimensione locale.”(Cecchi, 2002: 97). Anche altri autori sottolineano la non perfetta concordanza, nei processi di sviluppo rurale³, tra “la funzionalità dell’agricoltura e la funzionalità del territorio e che il nuovo fulcro dello sviluppo rurale deve essere ricercato nella valorizzazione delle risorse naturali. Per ciò che riguarda l’agricoltura tale valorizzazione e sinergia tra risorse naturali, agricoltura e territorio è costituita dalla diffusione dell’agricoltura biologica, per la quale la Comunità ha predisposto da anni misure di incoraggiamento e favore, della tutela dei caratteri estetici, culturali, climatici dell’ambiente rurale e, più in generale, di servizi ambientali per la società.” (Tinacci Mossello, 2002: 85).

La sostenibilità è un ulteriore concetto da introdurre per completare il quadro nell’interno del quale si caratterizza la funzione dell’agricoltura biologica nei processi di sviluppo rurale in aree marginali. La sostenibilità è un concetto multiforme che può essere sviluppato dal punto di vista delle scienze ambientali, economiche e sociali e si “riferisce ad un giudizio che l’uomo dà in merito ad alcuni processi produttivi in relazione a motivazioni ambientali ed etiche ma anche economiche” (Marino, 1997: 178). In particolare l’agricoltura sostenibile attua processi produttivi senza

³ Lo sviluppo rurale deve avere come priorità l’obiettivo di elevare lo sviluppo sociale.

depauperare le risorse naturali che sono alla base della produzione agricola: suolo, acqua, biodiversità⁴.

L'importanza dell'agricoltura biologica per la valorizzazione delle risorse ambientali specialmente nelle aree collinari e montane è confermata da molti studi. Sono proprio le aziende che si collocano nei territori delle aree interne, diversamente da quelle localizzate nelle zone di pianura, che si avvantaggiano dell'agricoltura biologica e del regime di aiuti derivanti dall'applicazione dei regolamenti 2078/92 e 2092/91 (anche se questo dipende dal regime di aiuti attivati nelle singole regioni). In particolare il basso uso di sostanze di sintesi e gli ordinamenti produttivi estensivi cerealicolo-foraggeri con tecniche produttive simili ad agricoltura biologica, favorisce attraverso l'uso di incentivi, la convenienza alla conversione, diversamente dalle aziende della pianura dove la differenza di produttività delle colture risulta elevata e non compensata dall'intervento comunitario.(Cicia, D'Ercole 1997).

La zootecnia estensiva biologica (allevamento bovino da carne, ecc.) risulta particolarmente funzionale ai processi di sviluppo rurale in aree "marginali collinari e/o montane" in quanto capace di valorizzare le risorse locali altrimenti non utilizzabili, o utilizzabili meno efficientemente di altre attività produttive agricole. A riprova di questa affermazione vi sono i dati statistici (Lunati, 2001) dai quali emerge che nella ripartizione colturale più del 50% delle superfici è legato alle produzioni estensive (350.000 ettari di foraggere e 200.000 ettari di cereali) e che le aziende zootecniche si concentrano nelle regioni del Trentino e della Basilicata. Ciò "induce a ritenere che il sistema di produzione zootecnico sia ancora l'espressione di una realtà economica locale incentrata soprattutto sui canali commerciali rivolti alla trasformazione dei prodotti locali più tipici e al turismo. La considerazione è suffragata dal fatto che le unità specializzate nella produzione della carne sono 124 (su 468 che aderiscono al sistema di certificazione nazionale) e costituiscono (...) solo poco più di un quarto del totale nazionale. La crescita della zootecnia da carne è (...) un passaggio importante in quanto la diffusione dei metodi di produzione biologica può validamente riaffermare la qualità della zootecnia europea, la cui immagine è stata minata dai casi della mucca pazza e del più recente pollo alla diossina." (Lunati, 2001: 10). La zootecnia biologica, quindi, è uno dei settori che partecipa al processo di sviluppo rurale nei diversi territori il cui apporto specifico si differenzia anche in dipendenza delle differenti realtà locali nelle quali il settore si trova collocato.

Sulla base di queste considerazioni, nel paragrafo successivo, prenderemo in esame la zootecnia biologica nelle sue componenti strutturali soffermandosi su quelle che ne possono favorire la dinamica, nella logica dello sviluppo rurale sostenibile e territorialmente differenziato.

⁴ L'agricoltura biologica rientra a pieno titolo nell'agricoltura sostenibile, pur sapendo che quest'ultima non si identifica con la prima ma comprende anche l'agricoltura integrata.

3. Il carattere dinamico della zootecnia biologica

Il modello delineato nel precedente paragrafo può essere utilizzato, oltre che per interpretare lo sviluppo come un processo circolare cumulativo di cambiamento strutturale del sistema economico e per rendere conto della sua differenziazione a livello territoriale, anche per analizzare il cambiamento dinamico delle singole “filiera di produzione” in cui un macro settore come l’agricoltura può essere suddiviso.⁵ Lo sviluppo rurale si manifesta, tuttavia, in quelle situazioni dove la dinamica strutturale garantisce le seguenti condizioni macroeconomiche:

- i) un reddito disponibile procapite (ed un livello culturale) elevato, tale da consentire l’accesso e l’apprezzamento dei prodotti di qualità tipici di tali modelli di sviluppo;
- ii) un assetto istituzionale che salvaguardi e valorizzi la qualità delle produzioni tipiche.

La zootecnia biologica è un settore piccolo ma dinamico ed ha assunto una struttura sempre più organizzata nella quale produzione e consumo costituiscono un circuito integrato. La dinamicità è determinata da un saggio di crescita della domanda settoriale superiore al saggio di crescita della produttività dello stesso settore, favorendo così l’espansione della produzione e l’ingresso di nuove aziende. L’obiettivo del paragrafo è l’analisi delle singole componenti strutturali costituite: dal sistema produttivo, dalla domanda, dalle innovazioni e dal sistema istituzionale al fine di verificare la funzione di ognuna di queste componenti nello sviluppo del settore.

a) La produzione

Dal punto di vista della produzione, una discriminante dello sviluppo è costituita dalla presenza di un determinato fattore produttivo (materiale e/o immateriale o una loro combinazione), che ha la caratteristica di bene collettivo poco trasferibile la cui utilizzazione consente un vantaggio competitivo durevole e accessibile solo a chi fa parte del SIs di cui quel fattore è patrimonio.

Un primo motivo di valorizzazione (e di differenziazione) dello sviluppo in agricoltura dipende dall’anisotropia del territorio, la quale determina vantaggi di localizzazione per qualunque attività economica. Tuttavia sia l’agricoltura che la zootecnia presentano alcuni caratteri peculiari, che ne rafforzano la qualificazione di attività economica “territorialmente basata”: la loro natura biologica e la continua presenza di un fondo intrasferibile, come la terra (Polidori, 1996). Infatti le unità territoriali dell’attività agricola e/o zootecnica riflettono in sintesi le modalità organizzative della vita economica di un determinato assetto sociale ed istituzionale territorialmente localizzato, sono il risultato, oltre che dei caratteri ambientali e delle relative modalità di coltivazione, anche degli aspetti socio-istituzionali, culturali, storici e dei comportamenti economici dei soggetti

⁵ Anche in questo caso lo schema di rappresentazione analitica utilizzato è quello del settore verticalmente integrato. Esso, infatti, permette di risalire da ciascun bene finale agli *inputs* che, direttamente o indirettamente, sono necessari per la sua produzione e, quindi, in termini dinamici, rende conto dello sviluppo differenziato dei diversi settori. D’altra parte, lo schema del settore verticalmente integrato può essere utilizzato anche per l’analisi di sub-sistemi, cioè di «sistemi circolari di dimensioni ridotte, utili per studiare dinamiche non proporzionali caratterizzate dalla relativa autonomia del movimento di singoli comparti» (Quadrio Curzio e Scazzieri, 1990: 28).

partecipanti. Il territorio acquista così una propria fisionomia; contemporaneamente è possibile differenziare i territori l'uno dall'altro e farne emergere i diversi tipi di sistemi agro-zootecnici.

Ogni unità, essendo espressione territoriale dei sistemi agro-zootecnici, riflette sul lato della produzione specifiche aggregazioni di colture e di allevamenti (Pomarici, 1996).⁶ Molte razze di interesse zootecnico (bovini, ovini, caprini, suini, ecc.) sono quindi tradizionalmente allevate in determinate aree territoriali contribuendo, con le loro specifiche capacità, sia a produrre beni di qualità⁷ che servizi materiali e immateriali utili ai fini della valorizzazione del territorio e dello sviluppo rurale. In alcune sistemi locali è possibile infatti evidenziare un rapporto di causa effetto tra: i caratteri ambientali del territorio – le razze locali allevate – beni e servizi prodotti dagli allevamenti che la zootecnia biologica può contribuire a valorizzare; se questo rapporto viene riconosciuto importante sia per l'ambiente che per la comunità sociale, deve essere protetto e potenziato.

“La zootecnia biologica è dunque un comparto di interesse per gli allevatori anche perché consente di costruire percorsi di valorizzazione di qualità delle produzioni locali. Le caratteristiche di tipicità della razza possono trovare un moltiplicatore di valore aggiunto nella sicurezza del processo produttivo e nel ridotto impatto ambientale assicurato dai metodi di produzione biologica”. (Lunati, 2001: 10). Ne sono un esempio le zone dell'Appennino dell'Italia centrale dove è tradizionalmente allevata la Chianina, importante razza per la produzione della carne di qualità⁸; la valle d'Aosta dove viene allevata la razza Valdostana, importante per la produzione della fontina; ecc.. A queste razze vengono riconosciute non solo capacità di produrre beni alimentari di qualità ma anche valore storico e culturale, in relazione al ruolo centrale assunto nell'attività agricola del territorio e nella vita sociale delle popolazioni rurali locali contribuendo così allo sviluppo rurale locale.

⁶ Le singole produzioni agricole o zootecniche non si differenziano solo per la fase agricola di produzione che richiede una qualità diversa della risorsa “terra”, ma anche perché ogni produzione determina una diversa articolazione strutturale delle fasi successive a quella produttiva, diversità che si manifesta sia fra le produzioni, sia rispetto alle tendenze del sistema agro-industriale nel suo complesso. Questo avviene per la diversa natura delle produzioni stesse, ma anche perché ogni prodotto rende possibile l'attivazione di differenti tecnologie nei successivi stadi di produzione e perché coinvolge nel processo di trasformazione e distribuzione comparti produttivi caratterizzati da differenti modalità organizzative e da differenti criteri di localizzazione. Ne deriva che l'aspetto territoriale in cui avviene la produzione agricola, e l'aspetto più propriamente verticale costituito dai diversi stadi di trasformazione, sono strettamente interrelati e congiuntamente contribuiscono ad uno sviluppo differenziato.

⁷ Nell'ambito della teoria standard non esistono problemi di definizione della qualità, essa viene riassunta nel prezzo del bene scambiato in equilibrio. Questo implica che vi sia preventivamente tra gli operatori un accordo circa il significato di qualità. L'introduzione di problemi informativi e cognitivi ha portato in crisi questo tipo di mercato ed ha introdotto due modalità di definizione della qualità: “le convenzioni di qualità” e le “convenzioni di qualificazione”. Le “convenzioni di qualità si riferiscono al processo di qualificazione dei “prodotti”: la definizione di qualità è il risultato di un processo di costruzione sociale, frutto dell'interazione e dell'accordo tra individui, continuamente “messo alla prova” e soggetto a rinegoziazione nel tempo e nello spazio. La certificazione di qualificazione invece si riferisce al criterio con cui il cliente valuta e seleziona le “organizzazioni” fornitrici del prodotto in tutti i casi in cui non sia possibile valutarne adeguatamente le caratteristiche qualitative prima dello scambio, o quando manchi una convenzione di qualità condivisa. (Marescotti, 2001; 313).

⁸ Per una valorizzazione qualitativa della Chianina si veda Marescotti, 2001: 308-331.

Tuttavia la zootecnia biologica non si limita a produrre beni di qualità e a favorire la produzione di altri servizi vendibili come l'agriturismo o il turismo rurale, ma aggiunge valore al territorio contribuendo alla produzione di beni e servizi eco compatibili come la conservazione delle risorse naturali: suolo, acqua, biodiversità.. Ed in questo risiede la specificità del metodo produttivo biologico. Recentemente è stata svolta una indagine sull'importanza della razza Valdostana per la Valle D'Aosta, dalla quale emerge che questa razza non solo contribuisce alla valorizzazione dei prodotti alimentari locali (fontina) e alla valorizzazione del turismo rurale e dell'agriturismo, ma anche alla conservazione dell'agro-ecosistema., (Giacomelli, Gandini, Nava, 2001). Nella zootecnia biologica la sostenibilità diventa un valore aggiuntivo importante con ricadute positive non solo in termini di conservazione dell'ambiente ma anche con "funzioni sociali ed economiche perché attiva un processo economico soprattutto su scala locale, con dei benefici economici che ricadono nelle aree dove avvengono i processi di produzione." (Marino, 1997: 181).

La dipendenza dalle (e la qualità delle) *risorse locali* riveste quindi un ruolo cruciale nei processi produttivi biologici, per cui le tecniche di produzione ed i *patterns* di organizzazione aziendale sono altamente specifici e dipendenti dalle caratteristiche economiche, sociali ed ambientali locali. In questi territori la produzione agricola è l'attività economica fondamentale, anche se spesso essa non è la sola ad essere attuata, infatti la combinazione di attività agricole ed extra-agricole (*pluri-attività*) rappresenta un aspetto strategicamente importante ed in grado di determinare le specifiche modalità secondo le quali l'agricoltura è organizzata (Polidori, Romano, 1996^b).

b) La domanda

La crescita del livello medio del reddito pro capite e una più ampia distribuzione del reddito consentono, attraverso l'azione della legge di Engel, di attivare domande per beni di categorie superiori (cioè situati a livelli di consumo gerarchicamente più elevati): si tratta di beni di qualità elevata, che spuntano normalmente prezzi maggiori (prodotti di nicchia), per cui l'aumento del reddito disponibile rappresenta una precondizione per il loro consumo.

Una stima sulla spesa dei prodotti zootecnici biologici può essere desunta attraverso l'analisi di due ricerche dell'ISMEA. La prima riguarda "La spesa alimentare dei prodotti biologici" confezionati con marchio EAN⁹, eseguita nell'anno 2001 su di un Panel rappresentativo di famiglie italiane. La seconda si riferisce ad una indagine sui prodotti biologici venduti dalla grande distribuzione organizzate (GDO) ed è stata eseguita attraverso il Panel agroalimentare ISMEA nell'anno 2001.¹⁰ Le due indagini concordano nel registrare una consistente crescita del settore.

⁹ L'indagine è stata eseguita dall'osservatorio dei consumi dell'ISMEA su di un panel di famiglie gestito in collaborazione ISMEA/ACNielsen. L'indagine copre parzialmente il fenomeno in quanto rimangono esclusi tutti i prodotti biologici sfusi, quelli semi confezionati e quelli confezionati ma sprovvisti di codice EAN.

¹⁰ Anche in questo caso l'indagine non è completa in quanto rimane esclusa sia la piccola distribuzione che la vendita diretta delle aziende produttrici, che, come è noto, costituiscono circuiti importanti di vendita per la produzione biologica.

Sulla base dei risultati emersi dall'indagine sulla grande distribuzione organizzata, i prodotti zootecnici nel loro complesso (carne, salumi, uova; latte e derivati) costituiscono circa il 27% della spesa totale e hanno fatto registrare aumenti consistenti di crescita, rispetto all'anno precedente, sia in quantità che in valore. In particolare le carni, salumi, uova sono aumentati in valore del (+144%) e in quantità del (+137%), mentre più contenuto è stato l'incremento del latte e derivati i quali sono aumentati in valore del (+94%) e in quantità del (+87%).

I risultati dell'indagine sui consumi familiari consente di evidenziare sia le scelte alimentari verso le quali il consumatore si sta indirizzando, che il profilo e le esigenze del "consumatore tipo":

- il consumatore orienta principalmente le proprie scelte verso alimenti con elevate caratteristiche di sicurezza rispetto alla propria salute;
- la presenza di bambini in famiglia spinge verso l'acquisto di prodotti biologici;
- vi è disponibilità da parte dei consumatori a provare nuove soluzioni;

Dalle due indagini emerge quindi che i prodotti zootecnici biologici sono percepiti come prodotti di qualità, ad elevato valore salutistico ed ecologico, si caratterizzano come prodotti di nicchia con un mercato ancora quantitativamente ridotto ma con capacità espansive. L'acquirente tipo appartiene ad un segmento con reddito medio alto, le famiglie che acquistano prodotti biologici sono in prevalenza costituite da tre-quattro componenti di età giovanile (età media 44 anni) e residenti nel nord-est.

In condizioni di crisi del settore zootecnico (come conseguenza degli shock da BSE e da pollo alla diossina), la richiesta fondamentale dei consumatori riguarda la qualità dei prodotti in relazione alla sicurezza alimentare. Dato che la *domanda di sicurezza alimentare* è elastica rispetto al reddito (Swinbank, 1993), si desume che in condizioni di insicurezza alimentare un maggior numero di consumatori appartenenti a fasce di spesa (reddito) più elevate sia disposto ad acquistare prodotti più sicuri ma a prezzi più elevati (Mazzocchi, 2000). I maggiori prezzi dei beni alimentari zootecnici di origine biologica, rispetto a quelli convenzionali, trovano in questo contesto una loro reale giustificazione. La produzione biologica consente di realizzare prodotti alimentari di qualità e ad elevato carattere di sicurezza, è quindi probabile che anche in "condizioni normali" un maggior numero di consumatori appartenenti a fasce di reddito più elevate sia disposto ad acquistare il prodotto biologico pur di soddisfare le proprie esigenze di sicurezza alimentare.

La dinamica strutturale del consumo rende potenzialmente attivabili processi produttivi che sarebbero altrimenti quiescenti come quelli della zootecnia biologica, i quali sono dipendenti dalla qualità delle risorse naturali e umane presenti in un dato territorio. In questo quadro, le produzioni biologiche si differenziano per un più forte collegamento con le caratteristiche territoriali (Romano, 1996^a) e consentono quella che può essere definita una "ricompattazione funzionale dei legami produzione-consumo". Il territorio possiede infatti un forte valore evocativo e culturale e offre

informazioni supplementare al consumatore su cui basare le proprie scelte e libera il consumatore da alcune incertezze legate all'anonimato dei prodotti.

Da un punto di vista operativo, questa caratteristica offre nuove possibilità di sviluppo proprio nelle aree “marginali” alla produzione di beni agricoli e zootecnici di qualità ed alle produzioni biologiche. I processi di sviluppo rurale basati sulle produzioni di qualità e biologiche si sono manifestati, infatti, prioritariamente nelle aree¹¹ dove i benefici netti della modernizzazione non erano tali da fare entrare le imprese agricole nella competizione globale (Long A., van der Ploeg J.D., 1994): essi hanno rappresentato una strategia per far fronte alla spinta verso la marginalizzazione sociale ed economica implicita nelle forze del mercato e dell'evoluzione tecnologica. Essi sono, pertanto, maggiormente adatti a situazioni dove la strategia della modernizzazione non potrebbe avere successo (Polidori e Romano, 1996^a).

c) Le innovazioni

L'innovazione nei beni prodotti e nei metodi di produzione costituisce una delle principali peculiarità dell'agricoltura biologica rispetto all'agricoltura convenzionale. Nei prodotti le innovazioni si manifestano perché le caratteristiche qualitative dei beni biologici risultano diverse da quelle dei beni convenzionali e per fenomeni di apprendimento nel consumo¹². Nei processi produttivi l'innovazione si manifesta nell'utilizzazione di inputs diversi da quelli impiegati nei processi convenzionali (progresso tecnico incorporato), nel cambiamento dell'organizzazione aziendale (progresso tecnico disincorporato), ma anche nell'apprendimento per esperienza.

Le innovazioni tecnologiche costituiscono quindi uno strumento di sviluppo della zootecnia biologica su base locale; in particolare le determinanti importanti sono due: la prima è rappresentata dai processi di apprendimento (*learning by doing* e *learning by using*), e da quelli di vera e propria «decostruzione/ricomposizione» delle tecniche produttive (Long, van der Ploeg, 1994), cioè elementi esterni vengono internalizzati nelle tecniche produttive biologiche locali solo se essi consentono di rafforzare la specificità e la vitalità dell'agricoltura biologica locale; la seconda dalla *conoscenza diffusa* dei modi di produzione “locali” (le interconnessioni con il mercato, le tecniche produttive, i loro limiti e le loro potenzialità).

Questa considerazione deve essere ricondotta alle particolari caratteristiche dell'agricoltura e della zootecnia biologica le quali sono “metodo di produzione” che devono conciliare le caratteristiche agricole con le problematiche dell'ecosistema, conciliare cioè la stabilità e la compatibilità ambientale dei propri processi produttivi determinando l'avvicinamento delle caratteristiche dei campi coltivati (agrosistemi) a quelle dei terreni naturali (ecosistemi)” (Agostino, 1997: 191).

¹¹ Aree marginali a causa dell'esistenza di mercati incompleti e/o imperfetti, di elevati costi di transazione, di scarsa infrastrutturazione, di elevati livelli di rischiosità (Romano, 1996^a).

¹² Il riconoscimento che il prodotto biologico è un “prodotto nuovo” lo si desume indirettamente dalla stessa analisi sui consumatori biologici i quali, come abbiamo visto, hanno una spiccata predilezione per i prodotti innovativi.

“La ricerca per la zootecnia biologica deve quindi principalmente interpretare gli agro-ecosistemi nella loro complessità con metodi interdisciplinari ed in grado di collegare le diverse discipline tra di loro, attraverso, ad esempio l’analisi sistemica, propria dell’ecologia applicata, della sociologia e della teoria dei sistemi. L’interpretazione degli agro-ecosistemi deve costituire la base dell’elaborazione delle tecnologie appropriate il cui carattere deve essere la sostenibilità. Per essere appropriabile e sostenibile, una tecnologia deve essere anche diversificata in base ai differenti sistemi agricoli; la diversificazione avviene anche attraverso la valorizzazione delle risorse genetiche locali, il recupero delle specie e varietà vegetali e delle razze animali locali in via di estinzione. La tecnologia è inoltre appropriata se va anche aldilà della produzione tradizionalmente concepita; l’innovazione tecnologica deve essere capace di sviluppare l’esercizio delle pratiche agricole e dei servizi di carattere ambientale e sociale” (Agostino, 1997: 191). L’igiene ed il benessere degli animali costituiscono inoltre un campo privilegiato di ricerca di innovazione nella zootecnia biologica.

I meccanismi di sviluppo locale si possono manifestare quando si è in presenza di rendimenti di scala crescenti: ciò, normalmente, avviene quando i benefici dello sviluppo vengono reinvestiti in beni e servizi “non rivali”, come infrastrutture e azioni di istruzione, di formazione professionale e di ricerca e sviluppo. Ora è evidente che processi di apprendimento (*learning by doing* e *learning by using*), di decostruzione/ricomposizione delle tecniche produttive, il riconoscimento e la conoscenza diffusa dei modi di produzione “locali” rappresentano esempi di questa «riallocazione all’interno della comunità locale» (Long e van der Ploeg, 1994: 1-2) di gran parte dei benefici generati da questo tipo di sviluppo. In particolare l’esperienza mostra che l’agricoltura e la zootecnia biologica trasferiscono una parte dei costi di produzione per spese materiali quali concimi, antiparassitari, diserbanti, ecc. verso spese di certificazione, controllo, assistenza tecnica. In altri termini gli agricoltori biologici destinano una parte dei flussi monetari “alla retribuzione dei servizi prestati, nella maggior parte dei casi, sul suo territorio; questo è importante (...) perché genera un processo di attivazione dell’economia a livello locale” (Marino, 1997: 182).

d) L’assetto istituzionale

La regolamentazione dell’economia locale dipende in gran parte dalla cultura, dall’assetto istituzionale (norme e convenzioni) e dal livello di informazione specifico di ciascuna comunità locale. È qui che entra in gioco il ruolo cruciale rivestito dalla struttura istituzionale (sia nel senso di regole e norme, che di vere e proprie organizzazioni), che costituisce la “matrice” all’interno della quale sono inseriti (ed assumono significato) i rapporti economici. In particolare, le problematiche istituzionali sono importanti a due differenti livelli:

- a) specifico, al fine rafforzare le peculiarità tecniche dei processi di produzione agricola locali e di valorizzarne le produzioni di qualità (attraverso il riconoscimento istituzionale per mezzo di marchi, disciplinari di produzione, ecc.), e

b) più generale, nel rafforzare il ruolo cruciale alla comunità locale come attore istituzionale principale, in cui i rapporti economici non sono soltanto transazioni di mercato, ma lo stesso meccanismo di mercato viene influenzato da comportamenti istituzionalmente determinati, improntati ai principi di solidarietà e sussidiarietà (Polidori e Romano, 1996^a).

Queste due caratteristiche richiedono, evidentemente, un più attento ruolo di “governo” (disegno dell’assetto istituzionale complessivo, interazione tra le diverse organizzazioni istituzionali, ecc.) da parte dell’Ente Pubblico, e sottolinea il ruolo della comunità locale, in quanto «sistema comunitario di risorse organizzate collettivamente» (Bourbouze e Rubino, 1992) come sua controparte essenziale nei processi di sviluppo rurale.

Il primo quadro di “regole” normative specifiche, delle quali si avvale la zootecnia biologica al fine di rafforzare le peculiarità dei processi e la qualità delle produzioni, sono i regolamenti comunitari sull’agricoltura biologica n. 2092/91 e quello sulle produzioni animali n. 1804/99. A questi regolamenti comunitari si affiancano leggi e decreti nazionali e regionali. La certificazione delle produzioni biologiche avviene attraverso gli organismi di certificazione riconosciuti con decreto ministeriale alcuni dei quali aggiungono alla certificazione di processo che caratterizza tutto il sistema di controllo del biologico, la certificazione di prodotto. Oltre agli organismi di certificazione esistono anche due Associazioni nazionali che rilasciano appositi marchi collettivi privati alle aziende che rispettano disciplinari di produzione per l’agricoltura biologica più restrittivi rispetto ai regolamenti comunitari; in particolare uno di questi identifica commercialmente solo prodotti ottenuti con il metodo biodinamico. Nel corso del 2000 è nato anche un marchio comunitario (reg. 331/2000) che stabilisce le caratteristiche del logo comunitario. La politica di sostegno all’agricoltura biologica passa tramite il piano di Sviluppo Rurale proprio delle singole regioni italiane. A queste istituzioni di carattere più specifico si affiancano tutte quelle norme relative all’assicurazione di certificazione di qualità di tracciabilità della filiera, ecc.

Il rafforzamento della comunità locale, che costituisce il secondo quadro di regole, può avvenire attraverso la istituzione di una rete di rapporti tra soggetti pubblici e privati con lo scopo di rendere più efficace l’economia locale. Questo rafforzamento può essere realizzato con politiche regionali le quali hanno maggiore capacità di quelle settoriali nel realizzare lo sviluppo locale. In quest’ottica possiamo ricordare i seguenti interventi:

- 1) una politica di informazione verso il consumatore;
- 2) una politica di promozione per la qualità dei prodotti;
- 3) una politica per la valorizzazione dell’ambiente come conseguenza di pratiche biologiche;
- 4) una politica della formazione professionale che nel caso della zootecnia biologica si traduce anche nella promozione di corsi di medicina veterinaria omeopatica, d’igiene e di benessere degli animali;

- 5) una politica per l'assistenza tecnica (legge regionale n. 34/2001) per la promozione di tecniche appropriate ed appropriabili, e tecnico economica attraverso la diffusione di metodi adeguati al controllo gestionale ed organizzativo dell'agricoltura biologica;

Il processo di rafforzamento delle comunità locali passa inoltre attraverso un'integrazione tra le diverse categorie istituzionali costituite da coloro che producono, coloro che certificano e coloro che associano.

4. Determinanti organizzative e rischio d'impresa nel metodo di produzione della zootecnia biologica

Da un punto di vista microeconomico il più stretto collegamento tra risorse ambientali ed umane esistenti in un certo territorio può costituire una condizione importante per un aumento della capacità contrattuale della produzione rispetto alle fasi a valle. La zootecnia biologica, essendo basata su prodotti di qualità e sull'utilizzazione delle risorse locali, consente uno spazio di manovra che è condizionato da una parte dalla necessità di adottare tecnologie appropriate alle condizioni sociali ed all'ambiente naturale locale ed in linea con le norme che la regolano (quindi tendenzialmente a più alto costo) e dall'altra dalla necessità di produrre prodotti di qualità in grado di spuntare prezzi più elevati. L'adozione di tecniche biologiche, fa tuttavia emergere, a livello di azienda, due aspetti legati al rispetto dei cicli biologici delle piante e degli animali: maggiori difficoltà organizzative e maggior rischio di impresa.

Nelle aziende zootecniche, la convenienza economica ad adottare il metodo produttivo biologico può essere misurata in termini di costo di produzione per unità di prodotto. A titolo esemplificativo vengono analizzati i costi di produzione del pollo da carne, delle uova e dei bovini da carne, rilevati sulla base di indagini originali (Pignattelli, 2001; C.R.P.A., 2001) e di indagini effettuate su dati dell'Osservatorio di contabilità INEA della Toscana (elaborati da Polidori per la carne bovina di razza Chianina).

Per ciò che riguarda la produzione avicola si evidenzia che il costo di produzione di un chilo di carne di pollo ottenuto con metodo biologico è superiore di circa 2/2,5 a quello ottenuto con il metodo convenzionale. Il costo dell'alimentazione incide per il 60% del costo unitario totale nelle due modalità di allevamento. La somma complessiva dei costi di manodopera, costi sanitari e veterinari, costi per l'energia e quelli per gli interessi e gli ammortamenti risulta di circa 2-5 volte superiore nel biologico rispetto al convenzionale. I prezzi di vendita dei prodotti biologici compensano i maggiori costi di produzione, tuttavia i prezzi di vendita non sono omogenei e dipendono dalle modalità di vendita: vendita diretta; negozi specializzati; grande distribuzione. Nel caso della GdO il petto di pollo biologico viene venduto a lire/K 28.000 – 29.000, mentre il petto di pollo convenzionale viene venduto a lire/k 15.500 - 16.000. (Pignattelli, 2001).

I costi di produzione delle uova ottenute dall'allevamento biologico delle galline ovaiole (ibridi commerciali) risultano mediamente più elevati di quelli ottenuti dall'allevamento

convenzionale (sia a terra che in gabbia). Sul costo unitario di produzione delle uova incidono principalmente i costi di manodopera, di alimentazione, di ammortamento e interessi. Sul costo grava anche la minor produttività delle galline biologiche rispetto alle convenzionali. Nel complesso l'uovo biologico costa circa 187 - 204 lire mentre l'uovo convenzionale costa 112-124 lire nell'allevamento a terra e 94-104 lire nell'allevamento in gabbia. Il costo di produzione di un uovo biologico è quindi superiore, dal 50% al 100%, dell'uovo prodotto con il sistema convenzionale: anche in questo caso i maggiori prezzi di mercato delle uova biologiche compensano i più elevati costi di produzione (Pignattelli, 2001).). La forte incidenza del costo dell'alimentazione nella produzione biologica, (sia per la carne che per le uova), sul costo di produzione finale può trovare in futuro una positiva soluzione in seguito alla riduzione del costo delle materia prime come conseguenza dell'aumento delle coltivazioni vegetali biologiche.

Anche per l'allevamento biologico dei bovini da carne i maggiori costi di produzione dipendono dall'alimentazione (+20%), dalla manodopera (+15%), dagli interessi ed ammortamenti (+22%) ne consegue che il costo di produzione dell'allevamento biologico è maggiore del 15% - 20% rispetto al costo di produzione del convenzionale. (Pignattelli, 2001; C.R.P.A., 2001).

Il costo di produzione della carne biologica di razza Chianina allevata in aziende estensive contadine dell'Appennino centrale (Province di Firenze ed Arezzo) risulta di circa 8.500 – 10.000 lire al chilo peso morto; togliendo i contributi comunitari (circa 1.500 al chilo) si arriva ad un costo di produzione di circa 7.000 – 8500 al chilo. Il costo della manodopera (remunerata a prezzi di mercato) incide del 50% circa sul costo unitario totale, mentre quello degli ammortamenti del 25% ; il prezzo della carne Chianina biologica è di circa 10.500 lire al chilo. La differenza di prezzo tra la carne Chianina prodotta con il metodo biologico e quella prodotta con metodo convenzionale è di 500-600 lire al chilo. Negli allevamenti estensivi la differenza del costo di produzione unitario tra le due modalità di allevamento è piccola, l'intervento comunitario risulta quindi determinante nell'incrementare la convenienza alla conversione.

Una analisi dei parametri tecnici degli allevamenti consente di evidenziare alcuni aspetti importanti sull'organizzazione dei processi produttivi aziendali. Infatti negli allevamenti avicoli biologici l'elevato costo per chilo di carne, dovuto sia all'incidenza degli ammortamento ed interessi che alla manodopera, deve essere fatto risalire alla maggiore difficoltà organizzative di questo processo rispetto al convenzionale: il numero di cicli produttivi realizzati nell'anno dall'allevamento biologico è minore rispetto al convenzionale (3,5 rispetto a 4,7), così come è estremamente più basso il numero di polli allevati per ciclo (3000-4000 rispetto a 44000).

Per organizzazione del processo aziendale si intende sia l'allocazione delle specifiche capacità produttive degli inputs (terra, lavoro umano, lavoro meccanico) ai fabbisogni delle singole colture ed allevamenti (espressi dai metodi produttivi), che la scelta della combinazione di colture ed allevamenti (tra tutte quelle possibili) e la sua attivazione nel tempo storico. L'azienda si configura

quindi come un impianto, cioè come una unità di costo, le cui coordinate economiche determinanti sono il tempo reale e il metodo produttivo.

Come è noto la sotto utilizzazione dei fattori produttivi comporta costi di produzione unitari più alti; la sotto utilizzazione derivante dalla indivisibilità tecnica può essere affrontata agendo sulla scala di produzione (numero di polli per ciclo), la sotto utilizzazione dovuta ai tempi di ozio dei fattori viene affrontata attraverso l'articolazione temporale dei processi (numero di cicli produttivi all'anno e loro modalità di attivazione)¹³. L'allevamento avicolo con metodo biologico presenta quindi vincoli tecnici, legati alle modalità biologiche dei processi, che possono ostacolare la piena utilizzazione temporale dei fattori fondo aziendali e rendono più difficile il processo organizzativo nelle unità produttive.

Anche negli allevamenti bovini, l'adattamento al metodo produttivo biologico, si manifesta attraverso una serie di caratteri tecnici ed istituzionali che hanno rilevanza organizzativa: tra questi possiamo ricordare l'ordinamento colturale. Nelle aziende che attuano la zootecnia biologica, la necessità di mantenere fertile il terreno in mancanza di apporti chimici, impone l'uso delle rotazioni come normale pratica agronomica; la "pianificazione della terra", sotto l'aspetto economico, diventa scelta organizzativa fondamentale e variabile determinante nella configurazione dei costi di produzione aziendali. Molte sono le caratteristiche tecniche e istituzionali nel metodo di produzione biologico che incidono sull'organizzazione aziendale e che hanno effetti rilevanti anche sotto l'aspetto economico; alcune di queste determinano un aumento dei costi di produzione, altre un contenimento. Tra i caratteri tecnici che contribuiscono ad un aumento dei costi unitari possiamo ricordare alcune pratiche inerenti le tecniche di allevamento in quanto caratterizzate da un maggior impiego di lavoro umano; tra i caratteri tecnici che contribuiscono ad una diminuzione dei costi unitari possiamo ricordare invece l'utilizzazione di macchine innovative adatte all'agricoltura biologica. Tra i caratteri tecnici che invece contribuiscono alla valorizzazione del prodotto possiamo ricordare l'applicazione di tecniche ecocompatibili le quali creano esternalità positive.

L'incremento della mortalità è un ulteriore aspetto che contribuisce ad elevare i costi di produzione degli allevamenti avicoli biologici; negli allevamenti di polli da carne la mortalità risulta di circa l'8 - 9% di capi per ciclo, mentre nell'allevamento convenzionale la mortalità risulta del 5,7% di capi per ciclo. Anche nella produzione dell'uovo biologico si assiste un più elevato tasso di mortalità delle galline e ad un maggior tasso di declassamento delle uova rispetto al convenzionale (Pignattelli, 2001); questi due esempi rilevano la presenza di un maggior rischio di impresa nella zootecnia biologica rispetto a quella convenzionale.

¹³ L'articolazione dei processi può avere luogo tramite queste modalità temporali: produzione in successione, in parallelo, in linea. La produzione in successione avviene quando processi dello stesso tipo vengono attivati uno di seguito all'altro; la produzione in parallelo quando due o più processi vengono attivati contemporaneamente; la produzione in linea quando i fattori fondo, appena terminata la loro attività in una operazione compiuta all'interno di un processo produttivo, possono essere stornati in un altro processo elementare.

Il rischio è parte integrante dell'attività imprenditoriale e costituisce quindi una condizione *generale* dell'impresa. E' causato dalla difficoltà di conoscere, o di prevedere con certezza, le probabilità con le quali si possono manifestare eventi ambientali di carattere naturale, tecnico, economico ed istituzionale quali le variazioni climatiche, il numero di capi nati in un anno, le variazioni dei prezzi dei fattori, le modifiche dei regolamenti comunitari, ecc., che determinano cambiamenti sui risultati economici dell'impresa. Il rischio nasce quindi sempre da un insanabile contrasto tra le condizioni non perfettamente note dell'ambiente in cui opera l'impresa ed i caratteri peculiari della combinazione produttiva. Il rischio può avere origine economiche ed extra economiche, ma determina, comunque e sempre, conseguenze economiche dato che incombe su tutte le imprese: per questo motivo si parla di *rischio economico generale*. Il rischio economico generale si concretizza sostanzialmente nella difficoltà di remunerare adeguatamente i fattori produttivi impiegati nel processo.

All'interno del rischio economico generale, il fattore di rischio specifico e rilevante dell'impresa agricola è quello biologico. Il rischio biologico è legato a tutte le attività nelle quali sono coinvolti organismi attaccabili da agenti patogeni (anche persone) ed è quindi presente in tutti i tipi di impresa ma la sua incidenza si fa sentire particolarmente nel caso delle aziende che coltivano con il metodo biologico; Ne consegue che il rischio biologico agisce molto intensamente e costituisce una delle fonti di maggior debolezza di questo tipo di aziende.¹⁴

L'analisi e dei costi di alcuni dei prodotti zootecnici attraverso la rilevazione del processo produttivo aziendale mette in luce alcuni dei principali caratteri del metodo produttivo biologico. In particolare, nella produzione biologica è rilevante individuare gli aspetti economici connessi alle peculiarità tecniche condizionate anche da fattori istituzionali. In questo metodo di produzione si assiste infatti ad un rafforzamento della relazione tra gli aspetti ecologici dell'azienda intesa come unità dell'agro-ecosistema e gli aspetti economico-organizzativi dell'azienda intesa come unità tecnico produttiva. Ne deriva che il carattere biologico delle produzioni agricole (utilizzo di organismi viventi, dipendenza dalle condizioni climatiche, ecc.) condiziona, più che nell'agricoltura convenzionale, la realizzazione tecnico-produttiva, organizzativa e gestionale della produzione. In sostanza i caratteri tecnici (suggeriti anche da norme istituzionali), come ad esempio la necessità di realizzare rotazioni per mantenere la fertilità dei suoli, si riflettono sui risultati economici attraverso la necessità di privilegiare gli aspetti organizzativi dell'azienda per ridurre i costi di produzione di un'attività produttiva spiccatamente multi prodotto. La conclusione è che la realizzazione dei processi produttivi biologici presenta, per le aziende agricole, maggiori difficoltà di organizzazione e di rischio.

¹⁴ Il rischio biologico può essere sia biotico che abiotico, il primo riguarda gli aspetti più propriamente legati all'azione degli organismi patogeni quali i virus, i batteri e gli insetti, mentre il secondo si riferisce agli aspetti inerenti l'azione degli agenti atmosferici avversi quali la siccità, la grandine e degli agenti chimici capaci di determinare inquinamento.

5. Conclusioni

Gli studi sul sistema agroalimentare dei paesi industrializzati dell'Europa e del Nord America ormai riconoscono l'importanza assunta dalla domanda quale attivatrice principale del settore; questa funzione è particolarmente evidente per i prodotti di origine biologica. In questi Paesi il biologico nasce "al di fuori del sistema agroalimentare organizzato ed è stato sostenuto per decenni come attività marginale da agricoltori "militanti" ed Ong; in coincidenza con una nuova attenzione per la salute e l'alimentazione si è poi rapidamente esteso (.....) sulla base di circuiti di vendita diretti dal produttore al consumatore. La domanda è decollata ed il biologico (ha assunto) uno status centrale con la sua adozione da parte di importanti attori a valle, grazie anche all'aiuto delle politiche post-produttivistiche per l'agricoltura e lo sviluppo rurale. (...) Questa convergenza di differenti attori è servita ad ampliare la domanda solo in virtù dell'accumulazione molecolare di lungo termine di pratiche di apprendimento collettivo." (Wilkinson, 2001: 56). Se questo è il comportamento del settore nelle altre economie sviluppate, è possibile che anche in Italia in un prossimo futuro il settore possa uscire dalle condizioni di nicchia per assumere quella di segmento di mercato. Si stima che nel 2005 il mercato europeo dei prodotti biologici occuperà il 20% dell'agroalimentare.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Agostino M., 1997. "Intervento" in *Agricoltura eco-compatibile e produzioni biologiche*, Progetto Finalizzato CNR-RAISA. Perugia.
- Basile E., Cecchi C., 1995. "Dal declino dell'agricoltura alla formazione dei sistemi locali rurali". In AA.VV., *Il sistema di agrimarketing e le reti di impresa*, Atti delle giornate Tassinari sull'economia e la politica agraria, Assisi, 14-15 luglio 1994.
- Basile E., Romano D., 2002. "Lo sviluppo rurale in Italia: metodologia di analisi, politiche economiche, problemi aperti", in Basile E., Romano D., (a cura di) *Sviluppo rurale: società, territorio, impresa*, Franco Angeli, Milano.
- Becattini G., 1987. (a cura di). "Mercato e forze locali: il distretto industriale". Il Mulino, Bologna.
- Becattini G., Rullani E., 1993. Sistema locale e mercato locale. *Economia e politica industriale* 80: 24-48.
- Bourbouze, A., e Rubino, R., 1992. *Terres collectives en Méditerranée*. Food and Agricultural Organization of United Nations. Roma.
- C.R.P.A. (Centro Ricerche Produzioni Animali), 2001. *Zootecnia biologica: perché e come convertire l'allevamento bovino*, Opuscolo C.R.P.A. 7.1 N.1 Reggio Emilia
- Cecchi C., 2002. "I sistemi locali rurali e aree di specializzazione agricola". in Basile E., Romano D., (a cura di). *Sviluppo rurale: società, territorio, impresa*, Franco Angeli, Milano. 90:115
- Cicia G., D'Ercole E., 1997. "Intervento comunitario tra sviluppo rurale e politica agro-ambientale: il caso dell'agricoltura biologica", *Rivista di Economia Agraria*, vol. LII, n. 3.
- Falkinger J., e Zweimüller J., 1996. "The Cross-Country Engel Curve for Product Diversification." *Structural Change and Economic Dynamics* 7 (1): 79-97.
- Garofali G., Mazzoni R., 1994, "I sistemi produttivi locali: un'introduzione", in Garofali G. Mazzoni R. (a cura di), *Sistemi produttivi locali: struttura e trasformazione*, Franco Angeli, Milano.

Giacomelli P., Gandini G., Nava M., 2001. "Economic assesment of the cultural value of a local cattle breed." 52nd Anual Meeting of EAAP.

Iacononi L., 1994. Il distretto agro-industriale come modello di sviluppo endogeno. In Panattoni A., (a cura di). *La sfida della moderna ruralità. Agricoltura e sviluppo integrato del territorio: il caso delle colline pisane e livornesi*. Progetto Finalizzato CNR-RAISA. Pisa.

ISMEA, 2001. "Indagine sui prodotti biologici presso la GDO", in Finizia A., Pastorelli A. (a cura di) Industria Agroalimentare.

ISMEA, 2001. "La spesa domestica per prodotti biologici confezionati". in D'Auria R., Pittiglio L. (a cura di) Osservatorio Consumi.

Long A., van der Ploeg J.D., 1994. Endogenous Development: Practices and Perspectives. In van der Ploeg, J.D., e Long, A., (a cura di). *Born from Within. Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*. Van Gorcum. Assen.

Lunati F., 2001. (a cura di). "Il biologico in cifre", Distilleria EcoEditoria, Forlì.

Marescotti A., 2001. "Prodotti tipici e sviluppo rurale alla luce della teoria economica delle convenzioni". in Basile E., Romano D., (a cura di). *Sviluppo rurale: società, territorio, impresa*, Franco Angeli, Milano. 308:331.

Marino D., 1997, "Agricoltura biologica e agricoltura eco-compatibile" in *Agricoltura eco-compatibile e produzioni biologiche*, Progetto Finalizzato CNR-RAISA. Perugia.

Mazzocchi M., 2000, *Valutazione dello shock BSE sui comportamenti di spesa per carni e pesce delle famiglie italiane: un approccio econometrico*, Copyright 2000 Mario Mazzocchi – All rights reserved.

Pasinetti, L., 1993. *Dinamica economica strutturale*. Il Mulino. Bologna.

Pignattelli P., 2001. "Avicoltura biologica, dalla produzione alla commercializzazione", I Corso di formazione professionale per tecnici della Zootecnia biologica, Brescia, mimeo

Polidori R., Romano D., 1996^a. "Agricoltura e sviluppo". In Atti della Conferenza Provinciale dell'agricoltura. Firenze, 18 novembre 1996.

Polidori R., Romano D., 1996^b. "Dinamica economica strutturale e sviluppo differenziato dell'agricoltura". In Atti delle Giornate Tassinari su "Lo sviluppo del settore agricolo nell'economia post-industriale". Assisi, 12-13 dicembre 1996.

Polidori, R., 1996. "Aspetti tecnici nell'organizzazione dei processi produttivi agricoli". In A. Romagnoli, (a cura di) *Teoria dei processi produttivi. Uno studio sull'unità tecnica di produzione*. Giappichelli. Torino.

Pomarici E., 1996. "I processi organizzativi dell'azienda agraria", In Romagnoli A. (a cura di) *Teoria dei processi produttivi. Uno studio sull'unità tecnica di produzione*. Giappichelli. Torino.

Quadrio Curzio, A., e Scazzieri, R., 1990. "Profili di dinamica economica strutturale: introduzione". In Quadrio Curzio, A., e Scazzieri, R., (a cura di) *Dinamica economica strutturale*. Il Mulino. Bologna.

Romano, D., 1996^a. "Endogenous Rural Development and Sustainability: An European (Non Orthodox) Perspective". Proceedings of the Fifth Conference on "Agriculture, Food, and the Environment", Abano Terme (PD), 17th-18th June 1996. Working Paper WP96-4, Center for International Food and Agricultural Policy. University of Minnesota. St. Paul. Minnesota. (November, 1996).

Romano, D., 1996^b. "Crescita endogena vs. Sviluppo endogeno: un caso dove le istituzioni fanno la differenza". 2° Incontro di Economia Alternativa. Pisa, 19.1.1996.

Romano, D., 2000. "I sistemi locali di sviluppo rurale", in Cnel, *Secondo rapporto sull'agricoltura, "L'agricoltura tra locale e globale. Distretti e filiere"*, Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro, Roma: 221 – 293.

Swinbank A., 1993. *The Economics of Food Safety*, Food Policy, 18, 83:94.

Tinacci Mossello, M., 2002. "Sviluppo rurale: territorio e ambiente", in Basile, E., e Romano, D., (a cura di) *Sviluppo rurale: società, territorio, impresa*, Franco Angeli, Milano.

van der Ploeg J.D., e Long A., (a cura di) 1994. *Born from Within. Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*. Van Gorcum. Assen.

van der Ploeg, J.D., 1994. Styles of Farming: An Introductory Note on Concepts and Methodology. In van der Ploeg, J.D., e Long, A., (a cura di). *Born from Within. Practice and Perspectives of Endogenous Rural Development*. Van Gorcum. Assen.

Wilkinson J. 2001. "Dalla dittatura dell'offerta alla democrazia della domanda? Alimenti trasgenici, alimenti biologici e dinamiche della domanda nell'agroalimentare", *La Questione Agraria*, n.1. 47:66.

**LE ESPERIENZE DI ALCUNI PRODUTTORI ED ESPERTI SU: CARNE BOVINA,
LATTE, CARNE SUINA, CARNE AVICOLA, UOVA ED OVOPRODOTTI**

La carne bovina

Dott. Mariano Pauselli

Dipartimento di Scienze Zootecniche – Università degli Studi di Perugia

Il comparto bovino da carne si presenta in questo momento in una situazione contingente particolare. Infatti, il nuovo allarme BSE ha determinato nel consumatore un'ulteriore diffidenza nei confronti del consumo della carne bovina, dall'altra parte, la domanda di carne certificata è in costante crescita. Un esempio è dato dall'IGP "Vitellone Bianco dell'Appennino" i cui prezzi alla stalla sono ormai stabili e superiori ai 5,30 Euro al kg (peso morto). A fronte di questa situazione favorevole, ma che comunque, interessa alcuni degli allevatori di Chianina, Marchigiana e Romagnola, ne esistono altri che utilizzando razze francesi o meticci o maschi di razze da latte, si trovano di fronte ad una situazione congiunturale sfavorevole. Non legando la produzione a razze specifiche il biologico potrebbe essere considerato una valida alternativa volta a valorizzare produzioni altrimenti sfavorite dalla situazione congiunturale del mercato. Occorre, inoltre, considerare come la GDO si approvvigiona prevalentemente dai mercati svizzero, austriaco ed argentino ai quali conferiscono realtà produttive collaudate e che possono avvalersi di economie di scala efficaci, ma che comunque attualmente la domanda di carne BIO sia nettamente superiore all'offerta. L'applicabilità del metodo va, tuttavia verificata in funzione della realtà ambientali ed aziendali considerate. Fondamentale diventa, quindi, una indagine preliminare sulle reali possibilità di un territorio ad adeguare le proprie produzioni al metodo biologico a cui va adeguato il sistema produttivo aziendale esistente. A livello di singola realtà aziendale, l'allevatore che intende adottare il biologico e che quindi ha già il prerequisito di un carico di bestiame inferiore alle 2 UBA/ha si ritrova, infatti, nella condizione di dover effettuare un giudizio di convenienza tecnico-economica circa l'investimento legato alla eventuale modifica delle strutture dovute al regolamento e/o l'adeguamento del sistema di allevamento ai vincoli imposti dallo stesso e l'interrogativo legato al prezzo che può riuscire a spuntare nel nuovo regime.

Un esempio può essere quello fornito dall'area di allevamento della Maremmana. Questa razza bovina, che fa della rusticità la sua prerogativa produttiva fondamentale è tipica di una realtà zootecnica basata molto spesso sull'utilizzo di terreni di proprietà collettiva (comunanze) secondo un sistema di allevamento estensivo o semiestensivo. Sebbene la ricerca abbia dimostrato come tale razza ben si adatti al metodo biologico ottenendo validi risultati tecnici, il problema maggiore

sembra essere, in certe realtà, il raggiungimento di una massa critica di produzione tale da poter garantire un maggiore potere contrattuale da parte degli allevatori nei confronti delle aziende trasformatrici o tale da giustificare un investimento volto alla lavorazione e confezionamento delle carni prodotte utilizzando metodi all'avanguardia (atmosfera controllata) ed adatti alle richieste del consumatore moderno. In questo caso lo sviluppo nella direzione del biologico non può essere visto a livello di singola azienda, ma mediante la costituzione di cooperative di allevatori in grado di concentrare la lavorazione e l'offerta del prodotto.

Diversa è la realtà delle aree collinari interne dove la crisi che aveva coinvolto negli anni '80 l'allevamento della razza Chianina aveva portato alla sua graduale sostituzione con razze francesi o con la Pezzata Rossa ed alla costruzione di molte stalle a posta fissa con poste più corte rispetto alle vecchie. In queste realtà, attualmente diventa impossibile reintrodurre la Chianina a causa dell'inadeguatezza delle strutture, le quali risultano essere inadeguate anche per l'applicazione del metodo biologico, dall'altra parte il prezzo alla vendita dei soggetti di queste razze si attesta su valori inferiori del 20% circa rispetto alle razze bovine italiane da carne. In questa situazione la vendita diretta o la tipizzazione territoriale possono essere considerate le strade più semplici, ma non per questo le più facili da praticare per l'allevatore.

Va poi considerata tutta la realtà delle aree montane per certi aspetti simile a quella dell'area di allevamento della Maremmana. In queste tipologie di allevamento il problema potrebbe essere quello legato alla chiusura del ciclo produttivo e quindi all'approvvigionamento di foraggi e concentrati. In definitiva alla creazione di una rete di interscambio degli alimenti costituenti la razione giornaliera o i concentrati.

Più particolare ancora è la situazione di quegli allevamenti intensivi per i quali la conversione al biologico determina la necessità di avere un'adeguata valutazione tecnico-economica sia per quanto riguarda l'adeguamento delle strutture, sia per quanto riguarda la destinazione delle superfici aziendali.

Relativamente agli aspetti legati alla commercializzazione del prodotto in molte realtà Bio e convenzionali, la vendita diretta si presenta come un valido strumento di incremento del reddito da parte dell'allevatore. Occorre, tuttavia, fare alcune considerazioni:

- Può l'allevatore appropriarsi tout-court di una professionalità quale quella del macellaio?
- Può l'allevatore da solo valorizzare i tagli meno pregiati ?
- E' disposto il consumatore a preparare adeguatamente i tagli meno pregiati che si ritrovano nei pacchi famiglia?

Tale problematica più tipica di tutto il settore è anche il sintomo di una scarsa organizzazione del mercato. Alla mancanza di un'organizzazione dell'offerta, si affianca la difficoltà legata alla tracciabilità del prodotto.

Le carni avicole

V. Vannucci

1) La storia di Naturicchi : un progetto per la Qualità

Il settore avicolo, nel corso degli ultimi 20 anni, è stato caratterizzato da una forte e crescente industrializzazione che per un verso ha portato al miglioramento delle performances favorendo una diminuzione dei costi e l'utilizzo della carne come materia prima per altre lavorazioni (elaborati freschi e cotti), ma causando tuttavia anche un graduale appiattimento della Qualità.

Se negli anni '60 il pollo era il piatto della domenica, oggi il consumatore associa la perdita di gusto e l'abbassamento della Qualità (e quindi del valore del prodotto) al carattere "industriale" della produzione, in contrapposizione agli allevamenti rurali di campagna.

L'utilizzo di componenti chimici nei mangimi, la crescita forzata degli animali, l'allevamento in batteria, il massiccio ricorso ad antibiotici e farmaci, sono alcune delle modalità di percezione di tale carattere industriale : tutte in maniera decisamente negativa.

D'altra parte il mercato ha ricevuto notevole impulso dall'accresciuta sensibilità ai temi della dietologia, della salutistica, dell'estetica ; particolarmente importanti risultano la salubrità degli alimenti, la sicurezza legata ai controlli, il rispetto della natura e dell'ambiente, l'attenzione a ciò che è ecologico ed ecocompatibile. Allo stesso tempo il consumatore (che è cresciuto molto in questi anni) ha imparato a leggere le etichette, ed è cresciuto anche il desiderio di "*conoscere quello che si mangia*".

A fronte di questo quadro occorre innanzitutto qualificare la materia prima in una area di maggiore naturalità andando incontro alle esigenze salutistiche con proposte concrete e contenuti superiori in termini nutrizionali ed organolettici : un pollo che avesse vissuto in condizioni di maggiore benessere e rispetto della natura, avrebbe conferito carni più sane e più gustose.

Il progetto Naturicchi è nato dallo studio appassionato di un gruppo di tecnici e di veterinari che intendeva dare forma a queste intuizioni e cercare di rispondere a questa serie di bisogni . Così nel 94 si è iniziato a lavorare sull'alimentazione , sul benessere animale e le condizioni di vita in allevamento, il rispetto dei ritmi naturali di crescita, e la diminuzione dei componenti chimici a favore del ricorso a vaccini di natura biologica.

E' nata così una linea di prodotti che traggono la loro originalità dai processi zootecnici coinvolti (gestione degli allevamenti, mangimistica, profilassi veterinaria) nella convinzione che la Qualità si forma là dove si produce e va mantenuta ed assicurata lungo tutta la filiera e tutto il processo produttivo per arrivare (nella sua integrità) al consumo finale.

Avere realizzato un progetto originale ed innovativo rispetto alle produzioni convenzionali ed intensive dell'avicoltura tradizionale, è stata l'occasione per ripensare l'intera attività aziendale e reinventare la strategia di sviluppo in funzione dell'Alta Qualità .

Così dopo il lancio del 1998 , è arrivata la Certificazione di prodotto (maggio 99) come strumento per rafforzare e dare un sigillo di riconoscibilità e di oggettività ai contenuti verificati e controllati da un Ente terzo e indipendente; poi abbiamo lavorato a progetti della GD (basati sul controllo di filiera) a marchio del distributore assieme ad alcune catene distributive; ancora nel corso del 2000 abbiamo iniziato a muovere i primi passi nei confronti del Reg. CEE 1538 che prevede particolari modalità di allevamento (estensivo al coperto, rurale all'aperto, ecc.); dal febbraio 2001 abbiamo

aggiunto la produzione di mangimi NON OGM per il pollo Naturicchi e al termine dello scorso anno abbiamo ricevuto il riconoscimento di Legambiente .

Queste le tappe principali di un percorso svolto negli anni nella direzione della Qualità . Infine il Pollo Biologico , pensare al quale è impossibile senza tenere conto di tutta la storia ed i tentativi che l'hanno preceduto , ma senza raggiungere quest'ultimo traguardo tutto il nostro sforzo sarebbe stato privo di quel punto di arrivo che da solo è in grado di dare le ragioni e di indicare la direzione verso cui intendiamo proseguire il cammino.

2) L'esperienza del biologico nelle carni avicole

PREMESSA : Non può esistere un allevamento biologico senza terra. Gli allevamenti da carne condotti con metodo biologico costituiscono una componente fondamentale dell'attività delle aziende agricole e contribuiscono a mantenere l'equilibrio dei sistemi di produzione in agricoltura: infatti rispondono al fabbisogno di elementi nutritivi delle colture migliorando la sostanza organica del suolo: è così che si mantengono rapporti di complementarità tra la terra ed il mondo vegetale, tra il vegetale ed il mondo animale, tra gli animali e la terra. Il metodo biologico risulta pertanto particolarmente rispettoso dell'ambiente e delle esigenze vitali di animali (benessere) e delle piante.

I polli biologici sono allevati all'aperto in gruppi di dimensioni commisurate alle fasi di sviluppo ed alle esigenze comportamentali delle razze interessate. I ricoveri sono dotati di uscioli (per l'entrata ed uscita) di dimensioni adeguate per i volatili in modo che da questi possano avere libero accesso ai parchetti esterni ogniqualvolta le condizioni climatiche lo consentano. I polli hanno a disposizione 4 mq/capo di superficie esterna ricoperta in larga parte di vegetazione , provvista di dispositivi di protezione ed un numero sufficiente di mangiatoie e abbeveratoi che dovranno favorire l'uscita dei polli dal capannone e quindi l'attività motoria degli stessi.

Gli allevamenti dedicati alle produzioni biologiche sono strutture più piccole (400 – 450 mq) rispetto a quelle convenzionali , all'interno delle quali vengono accasati non più di 4.800 polli a densità molto basse (10 capi/mq.) ed alimentati esclusivamente con alimenti di origine biologica : di conseguenza la quantità di azoto della lettiera a fine ciclo risulta relativamente bassa e pertanto lo smaltimento può avvenire nel rispetto dei limiti di 170 kg di azoto per ettaro previsti dalla normativa. Inoltre anche le esalazioni ammoniacali della pollina risultano pressoché inesistenti. Particolare attenzione viene riservata agli impianti di stoccaggio delle deiezioni che devono avere capacità sufficienti da impedire l'inquinamento delle acque (a beneficio del rispetto e tutela dell'ambiente) per tutto il periodo in cui la concimazione dei terreni non è opportuna.

L'alimentazione , nel rispetto delle esigenze nutrizionali dei differenti stadi fisiologici, è finalizzata alla produzione di carne di qualità piuttosto che a massimizzare la produzione stessa : per la stessa ragione vige il divieto di utilizzo di qualsiasi tipo di antibiotico di natura auxinica né di altro stimolante la crescita, mentre la presenza del cereale deve garantire almeno il 65% della dieta alimentare. Inoltre è tassativamente vietato l'impiego di qualsiasi materia prima derivante da OGM .

La percentuale del 35% della sostanza secca (introdotta con decreto Mi.PA del 29/03/01) deve provenire dall'azienda stessa (o dal comprensorio) proprio per favorire il collegamento funzionale con i terreni : in tal modo essi diventano produttori di materie prime costituenti il mangime e, allo stesso tempo, bacino di smaltimento delle deiezioni animali.

La scelta delle razze deve tenere conto della capacità degli animali di adattarsi alle condizioni locali e dalla loro vitalità e resistenza alle malattie. Una lunga sperimentazione ha favorito la scelta di ceppi rustici caratterizzati da lento accrescimento (l'indice di conversione supera i 3 kg.) ed in grado di resistere anche a basse temperature ed avverse condizioni climatiche. La profilassi si basa

essenzialmente sui vaccini, su adeguate densità di accasamento, sulla scelta della razza, sulle elevate qualità degli alimenti e sul movimento fisico, la libertà di movimento e l'accesso ai parchetti all'aperto. Tutto questo stimola il sistema immunitario determinando una elevata resistenza alle malattie e riduzione delle infezioni. L'utilizzo degli antibiotici (peraltro vietati) risulta in tal modo del tutto inutile. A conferma di tutto ciò il tasso di mortalità risulta pressoché dimezzato rispetto alle produzioni convenzionali e intensive.

Di particolare interesse il tema rintracciabilità. I polli prodotti in regime di agricoltura biologica vengono portati alla macellazione accompagnati da documenti su cui è riportata l'origine "da agricoltura biologica" ai quali seguirà un certificato di prodotto (emesso dall'Ente di controllo) che attesta il rispetto del Reg. Cee 2092/91 nelle varie fasi dell'allevamento. Durante la macellazione dei polli e lavorazione-trasformazione delle carni, si seguono procedure ben definite e documentate, soprattutto per quanto riguarda: le sequenze di lavorazione, l'identificazione e la rintracciabilità delle materie prime, il confezionamento e lo stoccaggio (semilavorati e/o prodotti finiti), la commercializzazione e la distribuzione sul mercato.

Queste operazioni vengono rilevate in appositi registri (Reg. di lavorazione – Reg. di gestione entrate/uscite) in maniera tale che tutti i passaggi del processo produttivo siano documentati e possa essere assicurata la corrispondenza tra le quantità di materie prime entrate e prodotti finiti ottenuti.

I prodotti da immettere sul mercato saranno a loro volta accompagnati da certificati di prodotto biologico (nel caso di semilavorati destinati ad ulteriori lavorazioni e/o trasformazioni) oppure da una etichetta se si tratta di prodotti finiti destinati alla tavola dei consumatori finali. Quest'ultima prevede: il numero di autorizzazione alla stampa delle etichette (per ciascun prodotto specifico) rilasciato in seguito ad approvazione di ricetta e/o scheda tecnica, il codice operatore, la sigla dell'ente di controllo, la sigla dello Stato di appartenenza.

Infine il lotto di produzione. Nei semilavorati viene applicata un'etichetta comprensiva del lotto di produzione, dal quale si risale al giorno di macellazione del prodotto e quindi all'allevamento dal quale proviene la materia prima. Sulle confezioni dei prodotti finiti destinati al consumatore viene invece inserito in chiaro, sull'etichetta peso-prezzo, il codice allevamento (oltre ovviamente al codice lotto), che si collega univocamente ed immediatamente alla struttura di allevamento da cui derivano gli animali; fatta eccezione per gli elaborati di 3° e 4° lavorazione dove può essere riportato solo il lotto di produzione che consente di risalire alle materie prime/ingredienti utilizzati nella formulazione giornaliera.

3) Il mercato

Oltre 1 milione di ettari coltivati a in regime di agricoltura biologica, più di 50.000 aziende certificate, un mercato interno di circa 1,5 miliardi di Euro al consumo e prezzi superiori di circa il 20-30% rispetto ai prodotti convenzionali: questi in sintesi i dati per riepilogare il mercato biologico nel nostro paese. Ma anche tassi di crescita a due cifre negli ultimi 4-5 anni: sia nei consumi, sia nel numero di aziende produttrici che di superfici coltivate.

Tuttavia c'è che fa meglio di noi in Europa in termini di spesa pro-capite: se l'italiano spende in media 19 euro all'anno, in Francia si arriva a 21, in Germania a 30, Olanda 38, Svezia 45 e Danimarca addirittura 114.

Eppure tutto questo rappresenta circa il 2% del giro di affari del settore alimentare: di certo si può dire che esistano margini di crescita notevoli.

I prodotti a più alta penetrazione sono frutta fresca (18%), verdura (16%), pasta (8%), riso-cereali (8%), uova (6,9%), biscotti (6,8%), latte (5,6%) e olio (4,9%): la carne è tra gli ultimi della lista (anche se la normativa specifica è più giovane di quasi 10 anni rispetto al Reg. CEE 2092/91) arriva solo ad 4,6% (pollame). Questo e di più è possibile trovare oggi sui banchi dei supermercati: se

tanto sviluppo è stato impresso al mondo del biologico, lo si deve in gran parte all'introduzione dei prodotti da agricoltura biologica da parte della Grande distribuzione .

Ma cosa si aspettano i consumatori dagli alimenti biologici ? Prodotti più sicuri perché sottoposti a maggiori controlli , prodotti più sani perché ottenuti senza l'impiego di fattori nocivi per la salute e rispettosi dell'ambiente, prodotti di qualità superiore e quindi più buoni/gustosi.

Per il mondo avicolo si presenta una grande opportunità di incontrare i favori dei consumatori per i quali la salubrità, il rispetto per l'ambiente e della salute umana (ma senza dimenticare il gusto/sapore) sono sufficienti per giustificare l'incremento di prezzo che l'acquisto di un prodotto biologico comporta.

PRODUZIONE E MERCATO DEI PRODOTTI BIOLOGICI, TREND E PROIEZIONI

R.Pinton

Pinton Organic Consultino - Padova

r.pinton@greenplanet.net - www.greenplanet.net

Anche se un manipolo di aziende aveva avviato la produzione ben prima che a Bruxelles cominciasse a pensare a intestare un faldone all'agricoltura biologica.

Anche se Suolo e Salute è stata fondata nel 1969, e tre anni dopo a Parigi nasceva l'Ifoam.

Anche se c'erano stati i Coordinamenti Città-Campagna e la Commissione Nazionale cos'è biologico, che emanò le prime norme italiane di agricoltura biologica alla fine degli anni 70 (e divenne poi Aiab).

Anche se molte balestre di Renault 4 erano schiattate sotto il peso di sacchi e cassette (di misura rigorosamente diversa una dall'altra) da esibire alla Fierucola di Firenze negli anni '80.

Anche se negli stessi anni '80 le cooperative Alce Nero e Terra e Cielo subivano processi per lo spaccio di prodotti pericolosi per la salute pubblica come il temibile *alimento biointegrale similpasta*.

Sì, anche se tutto questo è vero, anche in Italia l'anno zero dell'agricoltura biologica è il 1991, anno dell'approvazione del Regolamento n. 2092/91.

Il 1991 è la data della creazione: prima di quel fatidico giugno mancava uno standard tecnico ufficiale di riferimento, e nessuno si era sognato di censire aziende e superfici.

Se ci interessa la consistenza degli allevamenti, comunque, neppure oggi il Ministero è in grado di fornire i dati. Sappiamo solo che nel 2000 erano investiti a prato e pascoli 156.826 ettari (il 15% della Sau biologica) e a foraggiare 402.086 (il 38.7%), il che non ci aiuta più di tanto.

Dieci anni fa

Nel 1991 Ifoam organizzava a Vienna la seconda conferenza internazionale sul mercato del prodotto biologico.

Durante la sua relazione Bernward Geier proiettò un lucido che dichiarava baldanzoso "nel 2000 la quota di mercato dei prodotti biologici sarà il 20%".

Molti dei presenti (e io tra questi) fecero un salto sulla seggiola, dubitando improvvisamente del proprio inglese, tanto la dichiarazione sembrava uno slogan del tutto irrealistico.

Siamo nel 2002, e il biologico non è arrivato al 20% del mercato: per restare in Italia, secondo l'elaborazione di Ismea dei dati *ACNielsen Retail* sul comparto dei prodotti biologici (1.652 supermercati ed ipermercati monitorati da agosto 2000 a luglio 2001), limitatamente a 158 voci di prodotto confezionato, la quota del biologico vale il 2,2% sul fatturato totale.

Ma se in questo convegno qualcuno affermasse che nel 2005 o nel 2010 la quota di mercato del prodotto biologico sarà anche del 25%, rimarrei tranquillamente seduto.

Meglio essere chiari: questo obiettivo non sarebbe raggiungibile in queste unità di tempo, ma si tratta di una sfida con la quale è possibile confrontarsi.

Oggi

Dal 1993 (il fatto la pubblicazione del Regolamento risalga al 1991 non comporta l'automatica applicazione: in Italia le prime autorizzazioni agli organismi di controllo sono datate 31 dicembre 1992, quindi, di fatto, gennaio 1993) al 2000, la superficie coltivata biologicamente nell'Unione Europa è passata da 890.000 a 3.800.000 ettari.

Sta a dire che se nel 1993 era coltivato secondo il metodo biologico qualcosa meno dell'equivalente del territorio della regione delle Marche (Appennini e riviera compresa), nel 2000 si è aggiunta la

superficie dell'intera Emilia Romagna, delle province di Teramo, Chieti e Pescara (e avanza pure qualche ettaro).

Nel 2000 i titolari delle aziende biologiche europee (130.290) hanno superato il numero degli abitanti di qualche capoluogo di provincia: la città avrebbe giardini ecologicamente perfetti e sarebbe piena di insetti utili, ma, ammettiamolo, avere 130 mila concittadini che fanno lo stesso lavoro (con i bar e le edicole gestiti da pendolari) sarebbe monotono.

Se consideriamo le superfici dei Paesi SEE e EFTA, a essere coltivati senza un grammo di sostanze chimiche di sintesi, nel continente sono oltre 4.255.000 ettari, con più di 150.000 aziende.

AGRICOLTURA BIOLOGICA IN EUROPA

paese	data	Sau biologica	% della Sau totale	Aziende biologiche	% aziende totali
Belgio	31.12.2000	271.950	8.68	19.031	8.42
Danimarca	31.12.2000	165.258	6.20	3.466	6.40
Germania	31.12.2000	546.023	3.14	12.732	2.93
Finlandia	31.12.2000	147.423	6.73	5.225	6.60
Francia	31.12.2000	371.000	1.23	9.283	1.37
Grecia	31.12.2000	24.800	0.72	5.270	0.64
Gran Bretagna	31.12.2000	527.323	3.33	3.563	1.53
Irlanda	31.12.2000	32.355	0.73	1.014	0.69
Italia	31.12.2000	1.040.377	6.76	51.120	2.21
Lussemburgo	31.12.2000	1.030	0.81	51	1.48
Olanda	31.12.2000	27.820	1.42	1.391	1.48
Austria	31.12.2000	271.950	8.68	19.031	8.42
Portogallo	31.12.2000	50.002	1.31	763	0.18
Svezia	31.12.2000	171.682	5.2	3.329	3.70
Spagna	31.12.2000	380.838	1.30	13.424	1.11
Totale EU		3.778.144	2.81	130.290	1.86
<i>Svizzera</i>	<i>01.03.2001</i>	<i>95.000</i>	<i>9.00</i>	<i>5.852</i>	<i>9.50</i>
Paesi SEE		357.253	0.28	14.024	---
Totale EU		3.778.144	2.81	130.290	1.86
Totale EU + SEE		4.153.397	1.74	144.314	---
Paesi EFTA		119.613	2.73	7.738	---
Totale EU + SEE		4.153.397	1.74	144.314	---
EU + SEE +EFTA		4.255.010	1.76	152.052	---

Fonte: Stiftung Ökologie & Landbau, 2001

Una parte non infinitesimale dei quadri dirigenti (anche se allora a chiamarli così, si ricevevano in cambio occhiate) del movimento biologico ha trascorso parte della seconda metà degli anni 80 a scrivere letteracce a Terra e Vita e all'Informatore Agrario, che non lasciavano passare una settimana senza descrivere i produttori biologici come dei bizzarri personaggi, simili a gnomi e folletti saltellanti tra stagni e boschetti cantando del grillo e della cinciallegra (a differenza dei "veri" agricoltori).

Dalla metà degli anni 90, gli stessi quadri dirigenti scrivono di agricoltura biologica per gli stessi giornali (e retribuiti, a ulteriore dimostrazione del fatto che la giustizia divina esiste).

L'atteggiamento della stampa agricola nei confronti dei produttori biologici, dall'iniziale rifiuto totale si è spostato via via a una certa sufficiente accettazione dell'eccentricità della scelta, fino al

considerarlo un legittimo comparto produttivo. Terra e Vita, addirittura, ora pubblica il mensile specializzato AZBio, che è andato ad affiancarsi allo storico e glorioso Bioagricultura.

Evoluzione del biologico in Italia – 1997/2000 – aziende e superfici

regione	aziende bio 1997	aziende bio 1998	aziende bio 1999	Aziende bio 2000	superficie bio (ettari) 1997	superficie bio (ettari) 1998	superficie bio (ettari) 1999	superficie bio (ettari) 2000
Piemonte	1.158	1.962	2.307	2.996	17.175	34.985	37.814	44.557
Valle d'Aosta	6	6	6	13	332	452	144	157
Lombardia	666	171	1.038	1.225	10.248	11.727	13.770	17.658
Liguria	132	351	198	277	167	2.236	2.235	1.624
Trentino A.A	201	788	425	526	999	1.853	1.629	3.715
Veneto	819	930	1.015	1.249	6.039	5.018	6.460	13.092
Friuli Venez. Giul.	144	160	175	226	732	792	924	1.226
Emilia Romagna	2.444	3.653	3.869	4.606	43.473	72.197	82.223	101.777
Nord	5.570	8.021	9.033	11.118	83.292	129.260	145.199	183.806
Toscana	795	997	1.223	1.619	22.784	26.156	45.107	55.752
Umbria	433	575	787	837	9.148	12.838	21.954	21.073
Marche	1.313	1.548	1.631	1.736	22.471	29.674	32.424	35.805
Lazio	2.227	1.941	2.063	2.320	25.885	26.473	27.411	36.346
Centro	4.768	5.061	5.704	6.512	80.288	95.141	126.896	148.976
Abruzzo	462	553	584	639	4.904	5.832	7.145	7.772
Molise	272	333	447	479	3.315	4.004	4.692	6.563
Campania	535	1.324	1.702	1.779	6.174	10.733	15.501	14.887
Puglia	4.364	4.942	6.887	6.758	94.875	100.099	130.002	132.932
Basilicata	198	280	338	434	5.224	6.966	8.513	12.174
Calabria	1.747	5.086	6.329	8.384	25.141	57.061	73.290	92.537
sud	7.578	12.518	16.287	18.473	139.633	184.695	239.143	266.865
Sicilia	8.399	9.774	9.679	9.616	125.903	128.917	142.967	162.486
Sardegna	4.800	8.324	8.490	8.285	135.797	250.058	304.483	307.206
isole	13.199	18.098	18.169	17.901	261.700	378.975	447.450	469.692
TOTALE ITALIA	31.115	43.698	49.193	54.004	564.913	788.071	958.688	1.069.339

Fonte: 1997, 1998: Biobank; 1999: Fiao; 2000: Mipaf.

Sau 2000: fonte: Biobank, i cui dati differiscono da quelli Mipaf e sono qui utilizzati solo ai fini del riparto regionale

Certo, ci sono (c'erano) i contributi del Reg. Cee n.2078/80, ma a parte il fatto che tutta l'agricoltura nazionale conta (contava) su una nutrita sfilza di contributi e nessun suo settore segna questi tassi di sviluppo, neppure possiamo spiegare una crescita di questa entità solo sulla base dei contributi, almeno non per tutta l'agricoltura biologica europea, e neppure per quella nazionale.

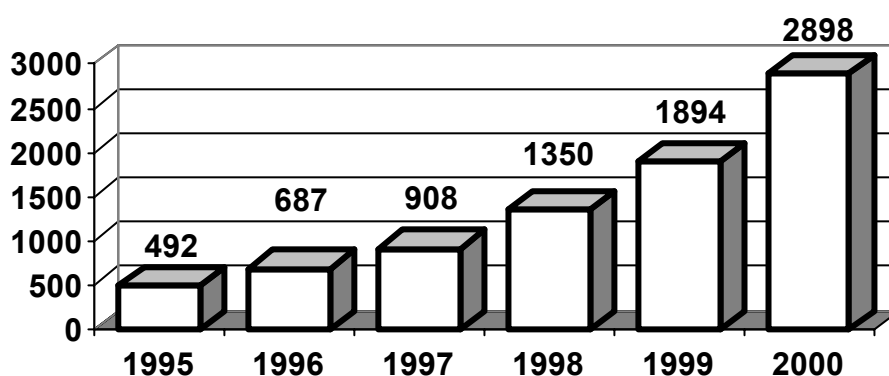
Tant'è che se il numero delle aziende agricole nel quadriennio 1997/2000 è aumentato del 65%, quello delle imprese di condizionamento e di trasformazione (artigianali e industriali, al netto delle attività di trasformazione svolte nelle aziende agricole), che non accedevano a contributi comunitari, è aumentato del 219%.

Orientamenti produttivi dell'agricoltura biologica 2000

Orientamento produttivo	SAU in conversione (ha)	SAU biologica (ha)	TOTALE (ha)
Cereali	92.668	101.948	194.616
Leguminose da granella	6.797	6.654	13.451
Patate	422	375	797
Barbabietola da zucchero	130	22	152
Colture industriali	17.552	14.959	32.511
Piante ed erbe aromatiche e medicinali	761	1.163	1.924
Orticoltura	7.916	8.209	16.125
di cui in serra	353	387	740
Fiori e piante ornamentali	2	4	6
Foraggi	218.829	183.257	402.086
Sementi e materiale di riproduzione	452	444	896
Fruttifere	17.118	14.246	31.364
Frutta secca	8.829	7.470	16.299
Agrumi	8.913	6.471	15.384
Olivo	46.193	47.670	93.863
Vite	15.655	15.594	31.249
Prati e pascoli	79.913	76.913	156.826
Altro	15.796	16.292	32.088
Totale	538.299	502.078	1.040.377

Fonte: Mipaf

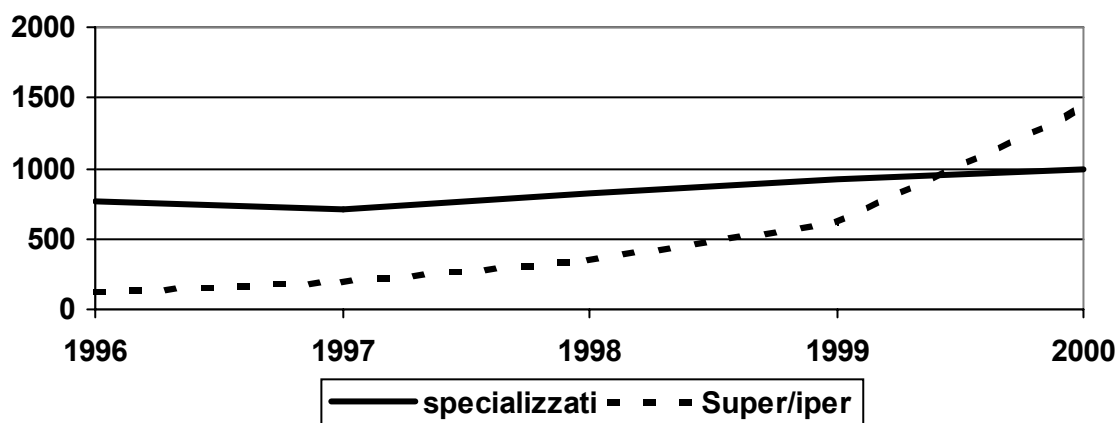
Aziende di trasformazione e condizionamento 1995/2000



fonte: Ministero delle Politiche agricole e forestali

Analogo sviluppo registra il settore della commercializzazione al dettaglio (anch'essa priva di contributi)

Punti vendita con prodotti ortofrutticoli bio 1996/2000



fonte: elaborazione da Biobank, nostri dati

Insomma, è aumentato il numero delle aziende agricole (che aveva accesso a contributi), ma anche quello delle aziende di trasformazione e di distribuzione (che questo accesso non avevano).

Consideriamo pure che per qualche azienda di trasformazione e distribuzione si sia trattato di una questione squisitamente d'immagine, per migliorare il profilo rispetto a una concorrenza agguerrita, ma fatta questa tara, o postuliamo che le aziende trovino soddisfazione a produrre merce destinata a invecchiare nei magazzini, o dobbiamo ammettere che da qualche parte, anche in Italia, ci sono consumatori disposti ad acquistare prodotti biologici.

I consumi

Sembra ragionevole il dato di 1,5 miliardi di Euro che operatori e addetti ai lavori azzardano a stimare.

Ismea (2001) si associa a tutti gli altri analisti evidenziando una maggior propensione alla spesa biologica sono i segmenti con reddito medio-alto; in prevalenza si tratta di famiglie giovani (con responsabile d'acquisto di età inferiore a 44 anni), residenti nel Nord est, con 3 o 4 componenti.

L'analisi svolta dall'Istituto sugli acquisti, comunque, lo porta a dichiarare che il comparto registra consensi crescenti e diffusi in tutte le fasce di consumatori, con una sorpresa al Sud: è l'area che registra il maggior tasso di crescita della spesa, con una variazione rispetto all'anno precedente del 127,5%, indotta anche dall'inserimento del prodotto biologico in nuovi punti vendita della grande distribuzione, prima carente.

Anche al Centro le performance del prodotto sono notevoli: l'incremento è del 97,8%. Nord est e nord ovest, che rappresentano lo zoccolo duro del consumo (valgono il 77,7% del totale acquisti) registrano rispettivamente incrementi del 73,3% e dell'83,9%

Prima di Ismea si sono interessati delle caratteristiche del consumatore di prodotti biologici i maggiori (e i minori) istituti di ricerca.

L'indagine ISMEA-NielsenCRA supervisionata da Zanoli ha dato un'immagine realistica delle dimensioni del mercato.

Secondo la ricerca condotta nell'aprile 2001 da INRA - Demoskopea con interviste "face to face" a un campione di 1.000 individui a rappresentazione della popolazione nazionale tra i 14 e i 79 anni, il 38% degli italiani ha consumato almeno una volta un prodotto in versione biologica.

È rimasta delusa dell'esperienza una quota minore (circa 1/6), mentre una misura maggioritaria è diventata consumatore regolare di prodotto biologico (23% del totale adulti).

Il mercato potenziale per il biologico appare però più rilevante: se sommiamo chi ha consumato almeno una volta prodotti biologici - e pensa di riacquistarli in futuro (27%) - e chi, pur non essendo consumatore, si dice tentato - interessato - intenzionato a provare l'ebbrezza, il totale sfiora la metà del totale adulti (il 48%, in crescita di quasi il 10% nell'ultimo anno, segnato da mucca pazza).

Le rilevazioni di INRA-Demoskopea coincidono con quelle di Ismea: i consumatori attuali di prodotti biologici sono presenti sopra la media tra le donne (che sono il vero sesso forte anche nei consumi), tra i 25-44enni, tra i soggetti di classe medio-alta e alta (e, ma un po' meno, anche in quelli di classe media), tra i diplomati e i laureati, tra i residenti delle regioni del centro-nord (con maggior peso nel nord-ovest) e, infine, tra chi ha in famiglia bambini fino a 11 anni di età.

Il profilo dei consumatori è avanzato e si concentra nelle aree geografiche e nelle fasce di età più moderne.

I prodotti biologici più consumati vedono in testa la frutta fresca, seguita da presso dalla verdura. A distanza seguono l'insieme pasta/riso/cereali e, a un'incollatura, confetture e marmellate, biscotti, uova, cereali per la prima colazione. Un po' più in basso si collocano i prodotti a base di soia, il latte, l'olio, lo yogurt, il pollame, i formaggi, per chiudere con i succhi di frutta, il vino e la frutta secca.

La frequenza d'acquisto è almeno una volta alla settimana nel 41% dei casi, con programmazione dell'acquisto (il 64% dei casi: solo il 36% deriva da acquisti di impulso).

È importante notare che dominano i consumi normali e quotidiani (82%) e non quelli specifici o per situazioni particolari.

In 2/3 dei casi tutti i membri della famiglia consumano i prodotti biologici.

Secondo diversi autori, il canale distributivo che domina è quello della distribuzione moderna (con una quota del 45%), che supera i negozi specializzati, gli acquisti diretti presso i produttori, il dettaglio tradizionale, l'ambulante e gli altri canali minori.

Il primo valore riconosciuto dal consumatore ai prodotti biologici è la loro ecologicità, la capacità di preservare la natura e la salute dei consumatori; seguono la naturalità e la qualità, percepita più elevata; una quota inferiore al 66% dichiara come caratteristiche una durata minore, qualità nutrizionali meglio conservate, maggiore freschezza, controllo ufficiale, grande valore energetico, sapore migliore.

Solo una minoranza ritiene che si tratti di una moda o esprime dubbi sull'effettiva biologicità dei prodotti.

L'accettazione del differenziale di prezzo rispetto ai prodotti non biologici si fissa nella misura dell'8% (ma nella realtà alcuni prodotti si trovano in commercio a prezzi anche doppi dell'analogo prodotto convenzionale).

Nonostante il concetto di biologico sia chiaramente presente nella testa della maggioranza dei consumatori, solo il 39% si ritiene abbastanza o molto informato sull'argomento: il 61% richiede maggiori informazioni.

Le attuali fonti di informazione vedono l'assoluto predominio dei mass media: al primo posto la televisione (il 60% degli italiani); al secondo posto i quotidiani (27%); al terzo le riviste generiche (21%); al quarto le riviste specializzate di salute o alimentazione (9%). Al quinto posto troviamo il "tam tam" di familiari, amici, conoscenti (7%), mentre le etichette, le confezioni, il punto vendita e la pubblicità giocano un ruolo compreso tra il 5 ed il 6%.

L'87% degli italiani sa che un alimento per essere considerato biologico deve essere certificato. La valutazione dei consumatori è che sia necessario un ente certificatore specializzato, anche se la stessa misura ritiene sufficiente l'autocertificazione del produttore (e il 40% indica nella marca il vero certificatore), con una minoranza che indica il Ministero della salute come possibile fonte di certificazione.

Non è molto sensato, quindi, attribuire la crescita del biologico ai contributi per l'agricoltura eco-compatibile del vecchio Reg. Cee n.2078/92 (e non parliamo dei Piani di Sviluppo Regionali: in molte regioni alle aziende biologiche sono state tagliate le provvidenze): neppure i consumatori ricevevano contributi, eppure il loro numero è aumentato in misura esponenziale.

Nessun altro settore dell'agro-alimentare ha segnato negli ultimi anni crescita neppure vicine a quella registrata dal comparto biologico

Gli zootecnici

Sul prodotto "carne" va registrato il risultato dell'indagine Astra Demoskopea (marzo 2001) per Kraft Foods.

L'indagine rilevava l'effetto non congiunturale di "mucca pazza" sulle abitudini alimentari delle famiglie italiane: il 40% degli adulti dichiarava di aver eliminato completamente il consumo di certi alimenti (carne 39%; insaccati, sughi, dadi, ecc. 2%), mentre un altro 40% aveva introdotto alimenti alternativi (carne bianca 16%, pesce 8%, verdure 6%, carni controllate/certificate 5%); il 26% dichiarava di aver eliminato parzialmente certi elementi (diminuendo il consumo di carne in genere o di carni rosse specificamente).

Il mercato di carne biologica in Italia registra uno sviluppo (non impetuoso, ma sempre uno sviluppo, rispetto alla contrazione del settore convenzionale), che interessa punti di vendita diretta delle aziende di produzione (in aumento), macellerie specializzate (Carnesi, con carne francese), supermercati (con Esselunga a fare la parte del leone, ma anche con Coop, Pam e altre catene, prevalentemente con carne nazionale e austriaca). Gli obblighi di tracciabilità e gli altri adempimenti previsti dalla normativa costituiscono un ostacolo allo sviluppo del canale del dettaglio di prossimità, refrattario a sobbarcarsi ulteriori oneri amministrativi.

Nei momenti più bollenti del caso "mucca pazza" o di quello del "pollo alla diossina" il settore biologico non è stato in grado di sfruttare nel modo migliore le proprie potenzialità. Mancavano non solo i quantitativi (il che è sensato, dato che un'offerta superiore alla domanda avrebbe condotto solo alla compressione dei margini), ma anche l'organizzazione di mercato.

Qualsiasi valutazione sull'entità del mercato "carne biologica" risulta purtroppo arbitraria.

I database degli organismi di controllo sono concepiti per essere utili alla funzione del controllo, non per fornire dati utilizzabili a fini statistici o di valutazioni di mercato.

Lo stesso Istat non differenzia il prodotto convenzionale da quello biologico all'interno delle classi merceologiche; i dati Infoscan servono solo per i prodotti che transitino per la grande distribuzione e abbiano un codice Ean specifico.

La situazione delle informazioni sul latte non è di gran lunga migliore.

Latte e derivati, secondo Ismea, rappresentano il 19% delle vendite di biologico in super e iper mercati (gli altri canali non sono indagati).

Limitatamente al canale GDO, Ismea stima il valore in circa 84,9 miliardi di lire, concentrato su Latte e Yogurt, che nell'insieme valgono l'80% degli acquisti dell'aggregato. Il resto è prevalentemente coperto da altri prodotti freschi (ricotta, mozzarella, crescenze) e burro (6%). I prezzi medi al consumo sono diminuiti per Yogurt (-2,8%), Burro (-11,8%), Crescenza & stracchini (-3,5%), mentre sono in aumento per altri prodotti (in particolare la Mozzarella, +18,8%).

Sulla produzione possiamo contare su stime abbastanza recenti.

Secondo Zanolì e Pinton (2001), la produzione biologica italiana di latte nel 2000 è ammontata a 325.000 Ton, di cui 295.000 collocate sul mercato con la qualificazione biologica, con un prezzo di liquidazione al produttore compreso tra le 900 e le 950 lire al litro.

Nello stesso anno la quantità di prodotto d'importazione è valutata in 120.000 Ton di latte (il 28,92% del totale del latte biologico, perlopiù da Austria e Germania, fornitori anche di 7.000 tonnellate di prodotti lattiero-caseari trasformati).

Il totale di latte per consumo umano ammontava quindi a 415.000 Ton. (dal che discende una percentuale dello 0.32% sul totale delle vendite complessive di latte in volume, mentre la quota in valore è dello 0.43%).

La crescita media del consumo dal 1996 al 2001 è valutata nel 30%; i canali di vendita per il comparto latte e derivati sono individuati in vendita diretta (15%), negozi specializzati (40%), dettaglio non specializzato (super e iper mercati compresi) 40%, catering 5%

Le opportunità

Il mercato del prodotto biologico continuerà a crescere (con la stima di arrivare in tutta Europa, con gli ovvii differenziali tra Paese e Paese, a una quota del mercato alimentare che sarà compresa tra un minimo del 5 e un massimo del 10%).

Esistono opportunità praticamente in tutti i settori.

I nuovi consumatori avvicinati al biologico dopo gli scandali alimentari esprimono, però, esigenze diverse da quelle del primo consumatore di prodotti biologici.

Prodotti a forte contenuto salutistico ma privi di significativa valenza organolettica perdono terreno; lo spazio dei prodotti integrali e delle linee macrobiotiche, un tempo rilevante in ogni punto vendita specializzato che si rispettasse, rappresenta ora un angolino.

Cresce la domanda di baby food, di piatti pronti, di prodotti multi-ingredienti, con forte contenuto di servizio, di prodotti *normali* per consumatori *normali*.

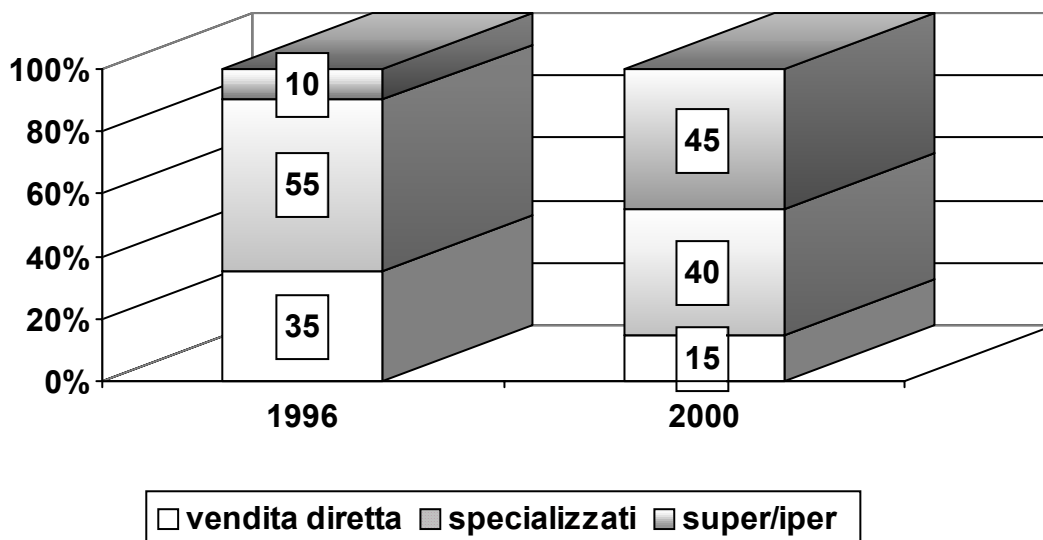
I supermercati continueranno a espandere la loro quota di mercato e aumenterà l'importanza della private label, come pure la concorrenza e le importazioni (anche se, in parallelo, aumenteranno le opportunità di esportazione per prodotti a forte contenuto di tipicità, di elevata qualità, ma anche di qualità leale e mercantile con un buon rapporto qualità/prezzo).

I grandi

Non piace a tutti i produttori storici (quelli del *movimento biologico*, più che del *comparto biologico*) ma il dato di fatto più significativo è poco più sopra.

La crescita d'importanza del canale supermercati è una naturale evoluzione del mercato biologico, che segue questa evoluzione e a sua volta ne genera sviluppi, con richiesta di produzioni a marchio, richieste precise in termini di continuità e costanza qualitativa e quantitativa di gamma, prezzo, e servizi, maggior consuetudine con imprese convenzionali abituali fornitrici a cui si sollecitano linee biologiche.

Vendite biologiche (latte e derivati) per canali 1996/2000



fonte: Zanoli e Pinton, 2000

I negozi specializzati, con cui molti produttori “storici” biologici provano più feeling, costituiscono un universo composito, al cui interno convivono eccellenti punti vendita e covi *new age*, titolari che sono eccellenti professionisti assieme a simpatici personaggi ai quali corre un brivido lungo la schiena a sentire parlare di *business*.

Riusciranno come sistema a competere con una grande distribuzione che ha individuato nel biologico un’opportunità di business?

Nel maggio scorso, alla conferenza europea *Organic Food and Farming* di Copenhagen uno dei temi era : *Il mercato di massa che sta emergendo comprometterà l’integrità degli standard e dei principi biologici?* che si potrebbe girare anche in un *Siamo un movimento o un comparto produttivo?*

Come consumatore e osservatore del mercato, chi scrive preferisce un *comparto* (meglio se con uno *spirito* biologico) a un *movimento* con scarse attitudini imprenditoriali.

Cambiamenti

Il settore non sta cambiando da qualche anno. Il settore è *già* cambiato.

L’anno scorso la filiale italiana di una multinazionale ha lanciato un formaggio biologico (prodotto con latte austriaco, ma questo è un altro discorso).

Il budget per il lancio di questo unico prodotto è stato di circa 500 mila Euro, da spendere in pubblicità televisiva, degustazioni in qualche centinaio di supermercati, conferenze stampa e simili.

In Italia chi aveva mai speso (o sarebbe stato o sarebbe in grado di spendere) una somma del genere - del tutto normale, anzi, un po’ sottodimensionata per un prodotto convenzionale – per lanciare un prodotto biologico?

L’approccio dell’impresa a questo nuovo prodotto è stato il tipico approccio da grande società, ma lo stesso approccio avrebbe dovuto essere adottato anche dai produttori “storici”, solo che avessero avuto a disposizione lo stesso budget e la stessa squadra operativa, perché questo è il modo corretto di lanciare un prodotto biologico quando lo si voglia trasformare in un prodotto biologico *di massa*.

I nodi

Non tutte le aziende vendono alla grande distribuzione (alcune non arrivano neppure ai negozi specializzati e collocano la produzione direttamente al consumatore in spacci aziendali). In qualche

caso si tratta di mancanza della massa critica di prodotto, in altri di mancanza di potenziale economico, in altri ancora si tratta di feeling.

Abbastanza spesso la cooperazione biologica è costituita da strutture pesanti, concentrate sull'*hardware* (magazzini, muletti, autocarri) più che in idee di marketing e nella capacità di fare rete, spesso è condotta ancora dai padri fondatori, personaggi fondamentali per la spinta propulsiva che sono stati in grado di generare in fase di avvio, che non di rado si sono inventati una nuova professionalità, che ora, però, arranca di fronte alle sfide che il consolidamento e lo sviluppo comportano.

Si tratta di sfide urgenti e rilevanti: un'assistenza tecnica che funzioni, la tracciabilità, l'Haccp, i Sistemi qualità, il rischio Ogm, il servizio a un trade esigente e abituato a confrontarsi con aziende con una cultura d'impresa sensibilmente diversa da quella prevalente nel settore biologico storico.

Una preoccupazione che dovrebbe accompagnare gli operatori è quella di lavorare per evitare che lo *spirito biologico* rimanga –finché dura- una gelosa esclusiva dei negozi specializzati e delle piccole aziende agricole, mentre il *business biologico* sia un'esclusiva dei supermercati e delle grandi aziende convenzionali che avviano linee biologiche.

Quella biologica è una *merce* speciale, ma è una *merce*, e va trattata come si devono trattare le *merci*, anche col giusto posizionamento di mercato, che non è unico.

Santucci nel 2000 rilevava che le aziende agricole biologiche mostrano un modo vecchio di approccio al mercato: tre quarti dichiarava di non aver fiducia in nessuna forma di pubblicità; una quota irrilevante (l'1,5%) ricorreva all'assistenza di professionisti. Non più del 20% degli intervistati partecipava a fiere, e addirittura il 55% ignorava l'esistenza di Sana, salone che si tiene dal 1989, con quasi 2000 espositori e 100.000 visitatori.

Quando tutte le aziende ora in fase di conversione arriveranno sul mercato, rischiano di trovarsi in una situazione ben diversa da quella che si prospettava all'ingresso nel sistema di controllo. E date le dimensioni economiche limitate, il confronto con sistemi di marketing più strutturati non sarà agevole.

La riflessione per le aziende è: riuscirò a conservare un *premium price* o sarò stritolato dai grossisti e dalla grande distribuzione come i miei colleghi convenzionali?

Solo una parte limitata del settore biologico ha costruito per tempo un sistema, mentre il resto ha proceduto per rami e per bande corsare.

Il mercato, un altro giudice supremo, ora comincia a chiedere con insistenza il conto.

Alcune aziende saranno in grado di organizzarsi per ottenere riduzione dei costi e forza sul mercato, anche attraverso fusioni e variazioni nell'assetto proprietario, ma la dimensione di altre dovrà indirizzare verso la vendita diretta, i mercati prossimali, gli schemi di abbonamento, che non sono mercati *minori* o meno *validi*, sono solo mercati *diversi*, che possono (devono) essere governati con chiarezza d'intenti e programmazione.

QUALITA' E TRACCIABILITA' DEI PRODOTTI BIOLOGICI

Luca Magnani e Carlo Ferrari
Esselunga

La definizione di qualità, secondo la norma EN ISO 9000:2000 (VISION 2000), è l'insieme delle caratteristiche e proprietà di un prodotto che conferiscono allo stesso la capacità di soddisfare i bisogni impliciti e espliciti del consumatore.

Secondo alcuni modelli che definiscono la qualità alimentare, esiste una qualità intrinseca ed una qualità percepita o estrinseca (Prof. C. Peri, 1998).

La qualità intrinseca non è percepibile dal consumatore ma viene data per scontata, per cui deve essere garantita dal sistema produttivo e dalle istituzioni; è costituita da: requisiti (o meglio pre-requisiti) igienico-sanitari e di legittimità e requisiti salutistici e nutrizionali.

La qualità percepita o estrinseca, è invece definita da requisiti espliciti quali presentazione, gusto, digeribilità, costanza di qualità, etc., che il consumatore è in grado di percepire, che lo influenzano ed in base ai quali effettua le proprie scelte.

Accanto a tali requisiti, assumono notevole importanza i cosiddetti requisiti di contorno, quali il territorio di provenienza, la cultura del luogo, l'ambiente e la sua protezione, la deontologia dei sistemi produttivi.

Da una ricerca condotta su 500 clienti, risulta che il consumatore acquista prodotti biologici perché sono sani e genuini (51%), rispettano l'ambiente (28%) e perché sono buoni (21%).

Il prodotti da agricoltura biologica rispondono alle reali aspettative del consumatore?

Analizzando la normativa europea e nazionale (Regolamenti 2092/91, 1804/99, D.M. 4 agosto 2000 e D.M. 29.3. 2001), emerge che la qualità di un prodotto biologico è da considerarsi come la sommatoria dei valori previsti dal metodo di produzione.

I valori del biologico si possono identificare in sostenibilità ambientale, benessere animale, salute e sicurezza e valore organolettico dei prodotti.

La sostenibilità ambientale delle produzioni biologiche, si evidenzia nella stretta complementarità tra produzione agricola vegetale e produzione animale, nella alimentazione biologica, autoprodotta per il 35% di sostanza secca, nel carico massimo di deiezioni per ettaro (170 kg N/ettaro/anno), nell'obbligatorietà dello sfruttamento del pascolo.

Nelle produzioni vegetali, l'abolizione dei fitofarmaci di sintesi ed il ricorso a rimedi tradizionali nonché l'implementazione di siepi, fasce verdi, filari alberati e zone umide, forniscono ulteriori elementi che permettono l'instaurarsi di un rapporto tra l'uomo, il paesaggio e l'agricoltura.

Il metodo di produzione è da prediligere nelle zone a più alto valore naturalistico e turistico e, visti i livelli produttivi necessariamente inferiori rispetto all'agricoltura e alla zootecnia intensiva, meglio si adatterebbe a zone marginali e svantaggiate.

L'azienda non è più sostenibile se produce materie prime in eccedenza o a basso costo, ma assume un volto nuovo, quello di attività che fornisce prodotti realmente necessari alla collettività, qualità e ambiente.

Il biologico risponde anche alla richiesta del consumatore in merito al rispetto del benessere animale, attraverso l'attenzione alle esigenze biologiche ed etologiche degli animali stessi. Vieta la stabulazione fissa, obbliga l'accesso a spazi esterni ed a pascoli, definisce le densità di allevamento, prevede l'uso di lettiere, vieta le mutilazioni sistematiche.

Aspetti che sicuramente devono essere integrati da una corretta gestione dell'allevamento, da un adeguato livello igienico e da un metodo di alimentazione che corrisponda ai fabbisogni propri degli animali.

Per quanto riguarda i requisiti igienico-sanitari, il livello di rischio per gli operatori agricoli e per il consumatore, è inferiore nel biologico rispetto ai prodotti convenzionali, data la ridotta possibilità di ricorrere alla chimica di sintesi, e la presenza di contaminanti ambientali (per es. PCB, metalli pesanti, etc.) è presumibilmente legata ad un'analisi dei siti produttivi e alla potenziale esposizione degli stessi a tali sostanze.

La contaminazione microbiologica dei prodotti può essere legata ad un maggior impiego di concimazioni organiche, il cui uso deve rispettare i corretti tempi di maturazione e gli appropriati trattamenti che riducano il rischio di presenza di microrganismi patogeni (maturazione del letame e dei liquami). (FAO, 2000)

E' inoltre importante sottolineare come l'adozione di sistemi di allevamento all'aperto possano rappresentare un fattore di rischio igienico per la salute animale ed umana (es. Salmonella), che impone una gestione dello stesso passando attraverso il ricorso ad adeguate misure di profilassi.

In merito ad una supposta maggiore contaminazione da micotossine degli alimenti biologici, la letteratura in merito non fornisce dati conclusivi a supporto di tale ipotesi (Woese et al. 1997; Inran, M.I.P.A.F., 2001).

Allo stato attuale, risultano ancora pochi gli studi volti a valutare le caratteristiche organolettiche dei prodotti di origine animale ottenuti da agricoltura biologica. Per quanto riguarda la carne di pollo (Castellini et al, 2002) vi sarebbero miglioramenti nella qualità sensoriale del petto, una maggiore concentrazione di PUFA n-3. G. Cozzi et al. 2001, non hanno rilevato differenze significative per ciò che riguarda le qualità sensoriali e la forza di taglio della carne di bovini, mentre Morbidini et al, 2000 e Sargentini et al, 2000 hanno rilevato una minore tenerezza in carne di bovini biologici.

Da studi effettuati su bovini e suini allevati con sistemi estensivi, risulterebbe un gusto più intenso della carne attribuibile ad una maggiore concentrazione di PUFA, una maggiore pigmentazione del muscolo e del grasso, mentre non sempre chiare sono le implicazioni sulla tenerezza (Nilzen et al. 2001, French et al. 2001, Mandell et al. 1998).

TRACCIABILITA'

Secondo la normativa per l'agricoltura biologica, l'identificazione degli animali e dei prodotti animali, deve essere garantita per tutto il ciclo di produzione, preparazione, trasporto e commercializzazione.

Tracciare il prodotto significa concretizzare il concetto di responsabilità diffusa potendo risalire al responsabile di ogni singola fase. In termini di qualità è un mezzo e non un fine.

La rintracciabilità passa attraverso l'identificazione, la separazione e la registrazione degli animali e dei prodotti biologici (e delle relative quantità) in ogni fase, fino all'etichettatura.

Le informazioni da riportare in etichetta (allegato II D.M 4.8.2000) sono:

Bovino: Paese di nascita, allevamento, Paese e codice del macello e del laboratorio di sezionamento (Reg. CE 1760/2000), data di macellazione e lavorazione, matricola dell'animale (per il Reg. CE 1760 è sufficiente un numero di lotto), allevamento di provenienza, sesso, età, peso della carcassa.

Suino: luogo e data di macellazione, luogo e data di lavorazione, numero di lotto, allevamento di provenienza dell'animale.

Avicoli: luogo e data di macellazione, lotto, riferimento allevamento di provenienza.

Uova: centro di confezionamento, unità di allevamento.

Latte: numero di lotto.

BIBLIOGRAFIA

- French et al. Meat Science 57 (2001) 379-386
- Mandell et al.. J.A.S. 76 (2001) 2619-2630
- Nilzen et al. Meat Science 58 (2001) 267-275
- G.Cozzi et al. L'informatore Agrario 42 (2001) 101-107
- Castellini et al. Meat Science 60 (2002) 219-225
- Woese et al. J.Sci. Food Agric. 74 (1997) 281-293
- Prof. C. Peri-Modelli della Qualità Alimentari-Seminario: Qualità degli ortofruttili freschi e trasformati principi - tecniche - applicazioni (Milano 22 aprile 1998)
- Inran, M.I.P.A.F., 2001-SANA Settembre 2001- Convegno: La ricerca per la definizione della qualità dei prodotti biologici
- Morbidini et al. Taurus Speciale 11, 6(2000) 129-142
- Sargentini et al. Proc. Of the XXXV International Symposium of Società Italiana per il progresso della Zootecnia – Ragusa 25 maggio 2000 – 331-339
- FAO, Twenty Second FAO Regional Conference for Europe - Food Safety and Quality as Affected by Organic Farming - Porto, Portugal, 24-28 July 2000

PRODUZIONI BIOLOGICHE E LE MUTATE ESIGENZE DEL CONSUMATORE¹

D. Marino
Università del Molise

La dimensione del mercato del biologico

Studi recenti stimano che il mercato dei prodotti biologici a livello mondiale, si attesti intorno ai 15 mila milioni di dollari, pari a circa 13,5 mila milioni di euro. Il consumo è ancora concentrato nei paesi più sviluppati: quelli europei, gli USA e il Giappone, tuttavia i paesi produttori ed esportatori sono assai più numerosi e comprendendo diversi paesi dell'America Latina, dell'Africa dell'Oceania, oltre a Turchia e Israele. In termini assoluti, ossia come totale della spesa, il mercato al consumo più importante è rappresentato dagli Stati Uniti, seguito dalla Germania, e dall'Italia.

Indicazioni più valide si possono avere dall'incidenza dei consumi dei prodotti biologici sul totale della spesa alimentare. In media i consumi di prodotti biologici in Europa incidono per circa l'1,4% sul totale della spesa alimentare; questa percentuale tende a crescere nei Paesi del Nord-Europa, dove i consumi sono più elevati. All'interno dell'UE il principale mercato di prodotti biologici è la Germania, dove nel corso del 2000 sono stati spesi circa 2.858 milioni di euro, con un tasso di incidenza sul totale spesa alimentare nazionale del 2,5%. In Danimarca i consumi raggiungono il 3% dei consumi alimentari; in Austria la quota di mercato è poco meno del 2%. Il *trend* relativo agli ultimi 5 anni, indica come il mercato più dinamico sia quello della Gran Bretagna che potrebbe divenire la principale area di consumo di prodotti biologici. L'incidenza dei consumi varia molto in ragione delle categorie di prodotto. Ad esempio ancora in Danimarca, il latte biologico rappresenta il 20% di tutto il latte venduto, le carote il 12%, le uova il 13%.

Nel 2000, in Italia, i consumi totali nazionali di prodotti biologici sono stati recentemente stimati da AGER in circa 2.150 miliardi di lire, pari allo 0,7% dei consumi alimentari totali degli italiani. Secondo stime prudenziali, ottenute nella stessa indagine mediante previsioni e aspettative degli operatori della distribuzione alimentare, nei prossimi 5 anni, i prodotti biologici interesseranno almeno un milione di nuovi consumatori. La spesa per i prodotti biologici in Italia dovrebbe così salire sino a una cifra vicina a 10.000 miliardi, e rappresenteranno il 3,3% dei consumi alimentari complessivi. Secondo tale studio tale crescita dovrebbe dipendere principalmente dalla GDO la cui un'incidenza sul mercato biologico risulterà più che raddoppiata rispetto ad oggi (dal 27% a circa il 60%)

Nel 2000: secondo una ricerca condotta da ISMEA, la domanda di prodotti biologici da parte dei consumatori nazionali è cresciuta a un ritmo decisamente elevato e di gran lunga superiore a quello di altri generi alimentari. L'aumento delle vendite di prodotti biologici registrato negli ultimi 12 mesi in Italia sarebbe infatti del 53%. Dall'indagine, condotta su un campione di oltre 1.600 supermercati e ipermercati, aggiornata a luglio 2001, la spesa risulta in crescita per tutte le categorie di prodotto. In particolare si segnalano gli acquisti di latte e derivati, che da soli coprono circa il 20% del totale, e quelli dell'ortofrutta (il 17% circa).

La formazione di prezzi

I prodotti biologici non sfuggono alle regole che nell'economie di mercato sottendono alla formazione dei prezzi dei beni di consumo. Nel caso dei prodotti biologici - che, pur in forte espansione, rappresentano ancora una quota minoritaria dell'offerta di beni alimentari e una fetta molto piccola del mercato - per assistere ad un abbassamento dei prezzi dei prodotti biologici sarà dunque necessario che l'offerta cresca, anche in senso organizzativo, più della domanda. Ma è importante sottolineare che il prezzo indica anche il valore dato dai consumatori ad un bene, ovvero l'utilità che il consumatore gli attribuisce, determinando, allo stesso tempo, la quantità che esso è disposto ad acquistare. Il *premium price*, ossia il differenziale di prezzo tra un prodotto biologico ed il suo omologo convenzionale rappresenta quindi la somma dei valori attribuiti dai consumatori sia alle differenze qualitative del prodotto che ai metodi produttivi, rispettosi per l'ambiente.

La forte crescita del settore biologico ed il livello attuale dei prezzi appaiono stimolati da diversi fattori attinenti sia l'offerta che la domanda. Rispetto a quanto affermato prima tuttavia si deve rilevare che offerta e domanda sembrano sinora crescere in modo proporzionale, mantenendo così alto il differenziale dei prezzi rispetto ai prodotti alimentari tradizionali.

Dal punto di vista dell'offerta l'esistenza di un sovrapprezzo è riconducibile a diversi fattori riconducibili alla "debolezza strutturale" che caratterizza ancora il comparto:

- *a livello di produzione*, possono influire le rese ridotte rispetto ai prodotti convenzionali, le perdite di produzione e, di conseguenza, i costi di produzione più elevati, da collegarsi anche al processo di certificazione aziendale; inoltre in Italia a fronte di una superficie coltivata oramai ampia si registra una quota di produzione commercializzata piuttosto bassa; basti pensare che più del 40% della superficie biologica è investita a foraggiare e che i prodotti animali sono ancora poco diffusi;
- *a livello della trasformazione e della distribuzione*, si avverte in particolare il mancato estrinsecarsi delle economie di scala e di superficie dovuto alla esiguità dei volumi trattati, ai metodi di trasformazione artigianali (che in alcuni casi garantiscono al prodotto una qualità superiore) e a inefficienze dal lato dei trasporti; inoltre mentre la quota maggiore della produzione primaria si ha nel sud Italia, la trasformazione ed i consumi appaiono concentrati al centro-nord;
- *a livello di mercato*, la presenza di un mercato di "nicchia", con ampi margini di speculazione, dove a volte si verificano condizioni di monopolio o oligopolio locale, con i consumatori disposti in parte a subire prezzi più elevati, con conseguenti possibilità per il *trade* di ottenere margini elevati.

La crescente disponibilità dell'offerta, che dovrebbe ovviare ai problemi citati, è alimentata anche dalla politica di sostegno adottata dall'UE, unitamente ai cospicui investimenti da parte del *trade* nella ricerca e nell'immagine di tali prodotti, e dallo sviluppo di iniziative mirate messe in atto dalla grande distribuzione;

Dal lato della domanda i fattori che sembrano "spingere" verso l'aumento nei consumi dei prodotti biologici sembrano potersi identificare in:

- 1 la ricerca di una maggiore *food safety* che ha seguito l'allarme della mucca pazza, del pollo alla diossina e la diffidenza verso i prodotti OGM;
- 2 il successo crescente dei prodotti tipici, delle specialità regionali, dei prodotti certificati e delle linee alta qualità; e in generale la crescita delle componenti psicologiche e culturali nei consumi alimentari;
- 3 la maggiore disponibilità di punti vendita e la possibilità di scegliere il mix più adeguato di prodotti biologici e convenzionali, in seguito all'ingresso della grande distribuzione nel comparto.

Lo sviluppo in scala maggiore del consumo dei prodotti biologici, con l'aumento dei volumi venduti condurrà necessariamente a una riduzione dei *premium prices*, come è avvenuto in altri Paesi europei. Appare tuttavia difficile che ciò possa avvenire nel breve periodo senza una specifica politica promozionale da parte del settore pubblico che renda il mercato più trasparente e riduca l'asimmetria informativa a carico dei consumatori.

Il consumo dei prodotti biologici

In Italia, fino a pochi mesi orsono non esistevano studi approfonditi sui consumi di prodotti biologici; le poche indagini che erano state effettuate, prevalentemente in ambito accademico, si riferivano ad ambiti geografici limitati ed erano piuttosto datate. Altre indagini – anche quelle più recenti effettuate da affermate società di ricerca di mercato su un campione nazionale di responsabili acquisti – verificavano la presenza di un livello di consapevolezza crescente dei prodotti biologici da parte dei consumatori, ma evitavano di indagare in maniera approfondita il livello di conoscenza di questi prodotti. Inoltre le stime del livello di diffusione dei prodotti biologici presso i consumatori italiani risultavano troppo elevate. Infatti, uno dei problemi maggiori nella commercializzazione dei prodotti biologici è che il livello di *consapevolezza* (*awareness*: conoscenza dell'*esistenza* dei prodotti biologici) e di *conoscenza* (*product knowledge*: conoscenza

di cosa sono, che caratteristiche hanno, come sono prodotti e quali sono le conseguenze associate al loro impiego) dei consumatori è piuttosto basso.

I dati qui presentati, che rientrano nell'ambito dell'ampio disegno della ricerca citata in precedenza, cui hanno partecipato oltre ad AGER¹⁵, ISMEA ed ACNielsen CRA, rappresentano un primo importante tentativo di indagine organica sul consumo dei prodotti biologici in Italia. Lo studio è stato articolato in due fasi:

1. L'intervista di gruppo o *focus group* (fase *qualitativa*);
2. L'intervista individuale mediante panel telematico (fase *quantitativa*).

Sia la fase qualitativa che quella quantitativa hanno analizzato l'informazione e la percezione dei consumatori nei confronti dei prodotti biologici al fine di analizzare il livello di consapevolezza e conoscenza. Dai *focus group* è emersa, nel complesso, una conoscenza piuttosto generica, superficiale e parziale relativamente alle caratteristiche specifiche della tipologia di prodotto e del significato di "biologico". È emerso inoltre un grado di informazione lacunoso circa la presenza e le indicazioni di una normativa specifica. Esiste tuttavia un gruppo di acquirenti attuali di prodotti biologici, che mostra di avere una conoscenza effettiva di tali prodotti, in che cosa si distinguono e per quali aspetti si caratterizzano. Tali consumatori sono più diffusi nel Nord, posseggono un livello di istruzione medio-alto e sono più investiti rispetto ai prodotti biologici anche sul piano ideologico (sensibilizzazione nei confronti della tematica ecologica, ambientale etc.).

A fronte della diffusa disinformazione e confusione relativamente ai prodotti biologici, la loro individuazione e distinzione dal resto dell'offerta avviene sulla base di fattori contestuali e formali (luogo di vendita, confezione, marca, ma anche grazie alla dicitura distintiva "da agricoltura biologica"), anche se appare evidente lo smarrimento del consumatore di fronte alla mancanza di un logo ufficiale che contrassegni tutti i prodotti biologici. Il logo europeo è ancora poco utilizzato dai produttori e poco conosciuto dai consumatori.

La fase quantitativa della ricerca ha sostanzialmente confermato tali indicazioni. In primo luogo emerge la scarsa conoscenza di cosa siano esattamente i prodotti biologici. Altrettanto importante è la scarsa consapevolezza, ovvero la mancanza di informazioni che consentano un acquisto consapevole da parte dei consumatori. Si rileva inoltre la tendenza degli acquirenti a confondere tra biologico e naturale e/o integrale, e tra agricoltura biologica e lotta integrata. Ciò determina la richiesta da parte dei consumatori di informazioni chiare sui prodotti biologici in generale e sugli enti che li certificano. Il 25% della popolazione italiana dai 14 anni in su non ha mai sentito parlare di prodotti biologici¹⁶. Il restante 75% della popolazione che dichiara di conoscere i prodotti biologici, sono in prevalenza consumatori residenti nel Nord Est, con un livello socio-economico alto, appartenenti a nuclei familiari in cui sono presenti bambini con meno di 6 anni. Tuttavia, di questo 75%, una parte, pari al 23% della popolazione, non fornisce una risposta giusta alla domanda sulla definizione di agricoltura biologica. E, solo un'altra minima parte, pari al 14% della popolazione, appartiene al gruppo di coloro che hanno un alto livello di conoscenza dei prodotti biologici. Più in generale, la definizione corretta di agricoltura biologica veniva data dal 59,5% dei rispondenti, mentre il 17,1% dava una delle risposte errate e il 23,4% della popolazione dichiarava di non saper rispondere.

Dall'incrocio tra il livello di informazione sui prodotti biologici ed il livello di coinvolgimento verso i prodotti stessi, emerge una interessante segmentazione della popolazione italiana che permette di definire meglio i profili tipologici di atteggiamento e vissuto dei prodotti biologici. Come già premesso, la maggior parte degli italiani sopra i 14 anni (54%) ha un basso livello di conoscenza del prodotto biologico e se si considera anche il livello di coinvolgimento si hanno due segmenti quasi equamente divisi che sono:

- gli "agnostici", che costituiscono il 28% della popolazione. Questo gruppo possiede un basso livello di coinvolgimento ed un basso livello di conoscenza; è caratterizzato dalla scarsa importanza attribuita ai prodotti biologici, di cui non sa niente.

¹⁵ Che si è avvalsa della supervisione scientifica di Davide Marino dell'Università del Molise e di Raffaele Zanoli dell'Università di Ancona.

¹⁶ Tali consumatori risiedono soprattutto al Sud, hanno un livello socio-economico basso, ed un'età media alta (pensionati), oppure bassa (adolescenti).

- i “fiduciosi”, che costituiscono il 26% della popolazione. Questi individui hanno un alto livello di coinvolgimento ed un basso livello di conoscenza, sono quindi fortemente coinvolti e sensibili ai prodotti biologici ma non sono assolutamente informati su di essi.

Poco meno di un terzo degli italiani sopra i 14 anni ha un medio livello di conoscenza (31%) e questi si suddividono tra:

- gli “scettici” verso i prodotti biologici, che sono il 14% della popolazione e hanno un basso o medio basso livello di coinvolgimento ed un medio livello di conoscenza.
- gli “appagati”, che rappresentano il 17% della popolazione e hanno un alto o medio alto livello di coinvolgimento ed un medio livello di conoscenza.

Coloro che hanno un alto livello di conoscenza (15% degli italiani sopra i 14 anni) si suddividono tra:

- quelli che sono “informati ma indifferenti” nei confronti dei prodotti biologici. Rappresentano il 5% della popolazione e hanno un basso o medio basso livello di coinvolgimento ed un alto livello di conoscenza;
- quelli che sono “coinvolti e informati” verso i prodotti biologici. Sono il 10% della popolazione ed hanno un alto o medio alto livello di coinvolgimento ed un alto livello di conoscenza. Gli appartenenti a questo gruppo sono anche coloro i quali più degli altri acquistano abitualmente questi prodotti.

I segmenti dei *fiduciosi*, degli *appagati* e dei *coinvolti e informati*, insieme, rappresentano il target potenziale per la commercializzazione dei prodotti biologici, pari al 53% della popolazione di riferimento, costituita da individui il cui livello di coinvolgimento è alto, su quali le politiche di comunicazione e informazione tenderanno ad avere più affetto; queste dovranno avere prevalentemente contenuti di tipo informativo (cognitivo), al fine di incrementare la conoscenza del prodotto da parte dei consumatori. Per la restante parte dei consumatori – meno coinvolti – pari al 47% della popolazione, le politiche di comunicazione dovranno avere un contenuto sia cognitivo che affettivo, con specifico obiettivo di incrementare il livello di coinvolgimento e di conoscenza del prodotto da parte dei consumatori.

La diffusione dei prodotti biologici

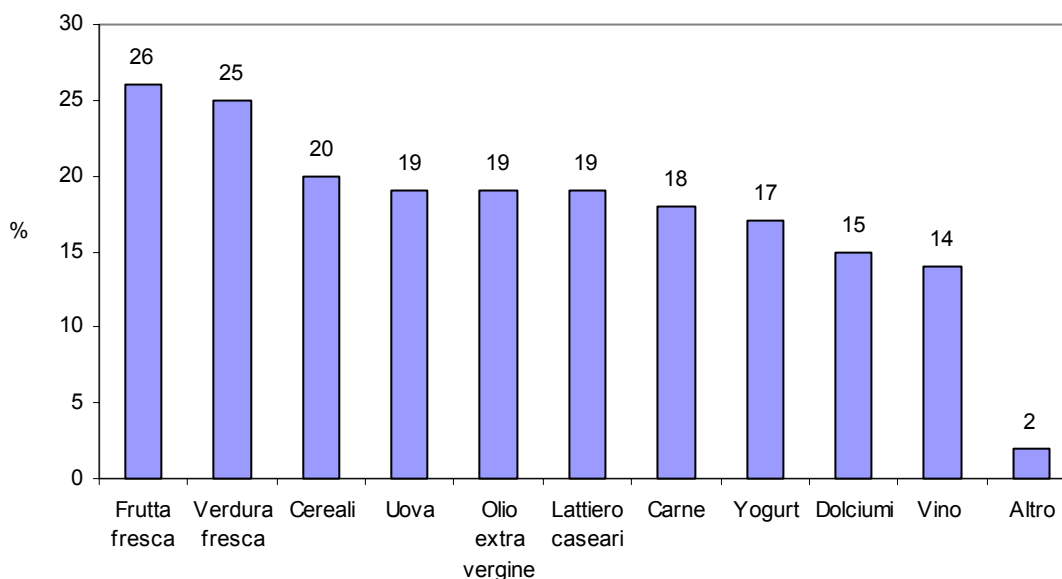
Dalla ricerca quantitativa su Telepanel emerge che nel complesso il 71% della popolazione si dichiara non acquirente di prodotti biologici, il 23,4% è acquirente saltuario, mentre solo il 5,6% è acquirente abituale, ovvero acquista 1 o più volte alla settimana 3 dei 5 prodotti di base (frutta, verdura, uova, carne e latte e derivati). Va tenuto conto che tali percentuali si riferiscono alla popolazione complessiva, e si tratta di consumi *dichiarati*; tra questi vi sono indubbiamente anche alcuni consumi *ritenuti biologici* anche se non tali a causa della scarsa consapevolezza e conoscenza del rispondente. Verificando in dettaglio, infatti, tra gli acquirenti abituali, quelli cioè che rispondono correttamente alla definizione di agricoltura biologica e hanno un elevato grado di conoscenza dei prodotti biologici risultano essere solo l'1,3% della popolazione. Questo gruppo rappresenta lo “zoccolo duro” del consumo biologico in Italia. Il rimanente 4,3% dei consumatori che si dichiarano abituali più quelli che si dichiarano occasionali (23,4%), rappresentano invece il target di consumatori potenziali di cui è più facile ipotizzare una “conversione” verso livelli di consumo maggiore. Le classi di prodotti biologici con la maggiore penetrazione (dichiarazione di maggiormente acquistati) sono la frutta e la verdura fresche (rispettivamente 26% e 25%). Sono questi anche i prodotti per i quali è più incerta la corretta identificazione di prodotti provenienti da agricoltura biologica e dove vi è maggiore confusione con i prodotti naturali o con quelli provenienti da coltivazioni dove si impiega la lotta integrata. Buoni livelli di penetrazione (dal 17 al 20%) vengono raggiunti sia da altri prodotti alimentari freschi quali uova, latte e derivati, carne e yogurt, sia da prodotti a lunga *shelf life* come cereali e olio extra-vergine di oliva. In coda con discreti livelli di penetrazione vi sono poi i dolci e il vino (rispettivamente 15% e 14%).

I luoghi di acquisto

La Distribuzione Organizzata sembra svolgere un ruolo determinante nella diffusione dei prodotti biologici: il 66% degli acquirenti indica il supermercato o l'ipermercato come principale fonte di acquisto dei prodotti biologici. Tale percentuale diventa dell'80% nel Nord-Ovest, mentre scende al 45% nel Meridione, dove invece è più elevata la percentuale di coloro che si rivolgono direttamente

al produttore. Il negozio specializzato in prodotti biologici risulta avere il peso più rilevante nel Nord-Est, dove del resto è effettivamente concentrato il numero maggiore di tali esercizi.

Penetrazione e frequenza di acquisto dei prodotti biologici (dichiarato)



I consumi dei prodotti zootecnici

La domanda, sinora, è concentrata sulle uova, prodotto in grado di generare un volume di affari, secondo ISMEA, di 35,2 miliardi di lire. Sostanzialmente limitati sono state le vendite di carne e salumi, prodotti rispetto ai quali si scontate sin qui anche le difficoltà connesse con la disponibilità dell'offerta. Tuttavia, ancora secondo ISMEA, particolarmente accentuato è il tasso di crescita sia dei consumi (+137%) che della spesa (+143,6%); quest'ultima appare poco influenzata dalla dinamica del prezzo medio (+2,8%).

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Corrado Carezzi

Il secondo Convegno Nazionale della Associazione Italiana di Zootecnia Biologica e Biodinamica si conclude con un notevole successo, documentato ed amplificato dal grande numero di partecipanti, raddoppiati rispetto allo scorso anno.

La partecipazione è stata caratterizzata dalla presenza contemporanea del mondo della ricerca e di quello tecnico e operativo, sia del settore della produzione che della commercializzazione.

Questo, oltre a costituire un elemento fondamentale di scambio di esperienze necessario allo sviluppo di tale settore, come di qualsiasi altro settore produttivo, ha consentito di puntualizzare le attuali problematiche del comparto delle produzioni biologiche animali.

Tali produzioni, venendo a cascata di quelle vegetali, sono a tutt'oggi meno disponibili per il consumatore; tuttavia la forte presenza di aziende in conversione lascia prevedere per il futuro una crescita notevole che, pur costituendo un elemento fondamentale positivo, deve essere correttamente gestita per evitare problemi di squilibrio tra caratteristiche del prodotto ed aspettative del mercato.

La figura del consumatore, peraltro, emerge come ancora non sufficientemente consapevole delle reali differenze tra prodotti biologici e prodotti convenzionali, e spesso risulta altalenante tra le due offerte. Nel complesso, comunque, il consumatore sembra sempre più orientato verso la ricerca di prodotti che siano qualificati a soddisfare esigenze che vanno al di là delle caratteristiche nutrizionali e di sicurezza alimentare.

La crescita della produzione biologica, se da un lato offre la possibilità di consentire i vantaggi derivanti da una economia di scala, non deve dall'altro far perdere al prodotto la propria tipicità, ma deve conservare e possibilmente incrementare la sua differenziazione da quello convenzionale.

Per ottenere questi risultati è necessario che tale crescita sia equilibrata e che i principi della zootecnia biologica siano applicati in modo sempre più rigoroso, riducendo progressivamente l'applicazione delle deroghe, che costituiscono il punto debole per il rischio di confusione che possono creare, nel consumatore, tra prodotto biologico e prodotto convenzionale.