

Conservare la biodiversità e produrre biologico: sfida possibile per l'agricoltura veneta?

Corte Benedettina, 12 febbraio 2014

Sintesi del moderatore, dr. Roberto Pinton

Il Veneto è la prima Regione italiana per vendite di principi attivi di prodotti fitosanitari per unità di superficie agricola utilizzata (11.1 kg/ha di SAU nel 2011)

Dal 2001 al 2011 la distribuzione di principi attivi per ettaro di SAU è stata compresa tra 11 kg e 13,5 (punta nel 2008), con una media annua di 11,9, la più elevata d'Italia.

Per diretta conseguenza, nel 2010 nel 33.1% dei punti di rilevamento sulle acque freatiche si rileva presenza di prodotti fitosanitari (nel 7.1% dei casi oltre i limiti di legge), così come nel 4.8% dei punti di monitoraggio delle falde confinate e nel 5.3% degli acquiferi carsici.

Nel 2012, ultimo anno per il quale sono disponibili i dati ministeriali, il Veneto era al 14mo posto tra le Regioni italiane per numero di aziende agricole biologiche (960 su 40.146, pari 2,4%), al 7mo posto per numero di aziende agricole con attività di trasformazione (216 su 3.669, pari al 5,9%). 346 comuni sui 580 del Veneto contano almeno un'azienda agricola biologica; 1 comune (Verona) conta 24 aziende, 9 comuni ne contano da 10 a 20 (8 dei quali in provincia di Verona), 61 comuni ne hanno da 5 a 9, 139 ne hanno da due a quattro, 143 ne hanno una soltanto.

Il 67.1% dei capi azienda biologica ha un titolo di studio dalla qualifica professionale alla laurea (solo lo 0.3% ha una laurea agraria, il 14.6% ne ha una non agraria); il 27,5% ha un diploma agrario. Il quadro illustra una preparazione culturale nettamente superiore a quella media del comparto agricolo, con una presumibile maggior propensione all'innovazione e, stante il rilievo dell'istruzione non prettamente agricola, una propensione ad approcci non convenzionali.

Metà dei capi azienda è compreso nella fascia anagrafica dai 35 ai 44 anni (il 17% tra i 45 e i 49 anni, il 15.9% tra i 50 e i 54). Il quadro autorizza a ipotizzare anche qui una maggior propensione all'innovazione, maggiori dinamismo e flessibilità.

Il Veneto è al terzo posto per numero di aziende di trasformazione e distribuzione (con 518 aziende su 5.597, pari al 9.3%); operano in regione

imprese di dimensione e mercato almeno europeo, con i leader assoluti del segmento confetture/marmellate (Rigonio di Asiago), del segmento prodotti da forno (Gruppo Mangiarsano), del segmento legumi (Pedon), del segmento delle bevande sostitutive del latte (Abafoods), della distribuzione (Ecor NaturaSi), aziende leader nel segmento dell'ortofrutta (Gruppo La primavera/Brio), dei cereali e granaglie (Agricola Grains), del vitivinicolo (Perlage, Le carline) e aziende di notorietà internazionale nelle diverse categorie merceologiche.

La cultura del comparto biologico del territorio è fortemente orientata al mercato e al networking; si caratterizza, quindi, per dinamismo, attenzione alle tendenze espresse dai consumatori e sensibilità per le esigenze dei diversi stakeholder.

Notazione: all'incontro del 12 febbraio erano del tutto assenti i principali operatori regionali del mercato; ne consegue che o la comunicazione sull'evento non è stata sufficiente o non è stata tale da suscitare l'interesse (nonostante alcune aziende proprio sulla riscoperta di semi antichi, varietà tradizionali, sementi non ibride ecc.) abbiano investito, realizzando filiere e linee di prodotto.

Sembra il caso di potenziare le modalità di comunicazione, non fosse altro che per il fatto che a questi anelli della filiera fanno riferimento i punti vendita (cioè l'interfaccia diretta con i consumatori) e l'opportunità di penetrare mercati non soltanto di prossimità.

È emerso che la biodiversità è promossa più nelle piccole aziende; è auspicabile un sostegno per la gestione delle aree naturali nelle aziende, delle aree buffer e delle fasce di rispetto necessarie; è opportuno che le aziende attive nell'ambito della tutela, dello sviluppo della biodiversità e della produzione di varietà antiche e/o autoctone siano organizzate in rete e che la Regione sostenga la gestione della complessità di tale rete e lo sviluppo delle idonee competenze organizzative.

È opportuno anche il sostegno all'organizzazione e alla qualificazione di filiere che coinvolgano le aziende interessate.

Notazione: il sostegno alla salvaguardia delle vecchie varietà così come ora organizzato comporta costi di controllo assai significativi se messi in relazione con l'entità del sostegno e con l'effettivo impatto sulla diffusione delle produzioni. Per superare l'attuale importanza residuale e di taglio museale, è poco utile promuovere tra gli agricoltori la tutela del pom prussian o del pòn dal fèr de Cesio piuttosto che del mirabolano e della ciliegia corniola gialla se non si svolge una parallela azione d'informazione del consumatore e non si promuove un'organizzazione per la distribuzione.

È stata apprezzata l'architettura del progetto "autoconservazione", su cui l'informazione ad aziende, potenziali rivendite e consumatori dovrà però esser capillare. In caso contrario il rischio è che le iniziative si risolvano non in sostegno allo sviluppo locale e in accompagnamento alle aziende, ma a

sostegno temporaneo a iniziative museali, che potranno essere proseguite solo in presenza di sostegno.

Serve formazione/informazione del consumatore per illustrare le qualità nutrizionali, culturali e ambientali delle produzioni.

La maggior parte delle aziende che pone o mantiene a coltura varietà antiche trova difficoltà nella loro valorizzazione; solo chi gestisce iniziative di vendita diretta riesce a trarre una ragionevole redditività; va da sé che organizzare un'attività di vendita diretta –ove non già esistente- comporta una certa entità di investimenti e modifiche nell'organizzazione aziendale .

È emersa tra le principali criticità la scarsità della ricerca e dello sviluppo di cultivar e razze specificamente adatte per la produzione biologica. Il mercato offre ibridi produttivi concepiti per una produzione assistita da forti concimazioni e prodotti fitosanitari, con scarsa disponibilità di materiale idoneo a produzioni a basso input e alle diverse fasce altimetriche.

Notazione: servono varietà distinte, uniformi e stabili; è fondamentale una ricerca partecipata che abbia le aziende come protagoniste nell'individuazione di varietà (anche) locali -nel caso delle produzioni zootecniche adatte sia alle filiere da carne che da latte- idonee all'uso in produzione biologica nei diversi areali geoclimatici della regione, idonee all'uso anche da parte delle piccole aziende, e ciò utilizzando aziende pilota pubbliche e intensificando la cooperazione con le aziende biologiche dei diversi territori.

È carente la disponibilità di mezzi tecnici e ausiliari per la difesa di alcune produzioni, che diventano quindi a rischio abbandono; per superare la criticità va investito anche sui prodotti fitosanitari ammessi nell'ambito dei regolamenti europei di comparto.

Le misure di sostegno ai campi sperimentali devono prevedere erogazioni più tempestive.

Le parole d'ordine emerse sono: network, ricerca partecipata, ricerca mirata alle aziende, capillare disseminazione dei risultati, coinvolgimento dei consumatori che con le loro scelte d'acquisto possono affiancarsi ai produttori nella tutela della biodiversità.