

**SANA** Dalla rivoluzione verde a quella bio, entro il 2030

di **Lorenzo Tosi** e **Alessandro Maresca**

# Il manifesto futurista del biologico

Distintività,  
innovazione,  
sostenibilità e  
giusto prezzo

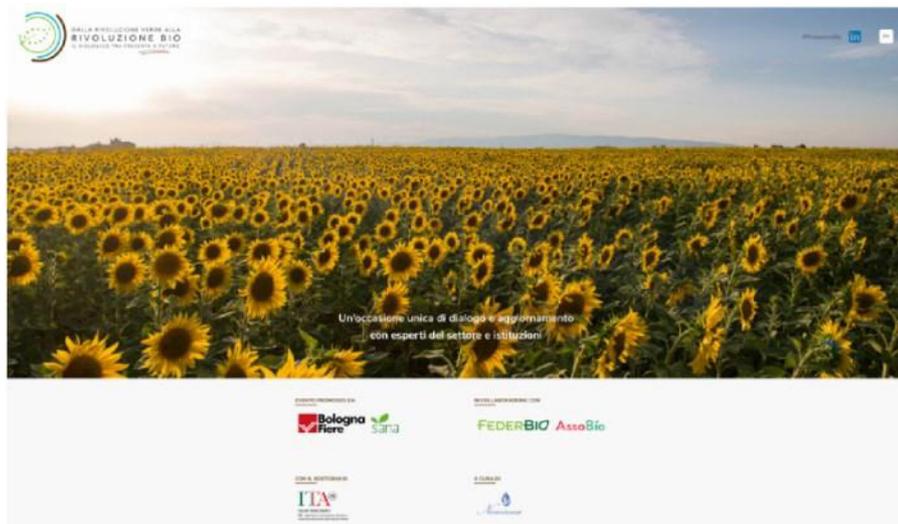
**D**ue giorni di "rivoluzione" per aprire in maniera scoppiettante la 31ª edizione di Sana, la fiera del biologico a Bologna.

È una settimana di riflessione per tracciare i contorni del "Manifesto del Bio 2030", frutto del confronto delle Istituzioni e associazioni coinvolte negli Stati Generali del settore, un documento articolato in 10 punti programmatici (vedi riquadro) che punta a definire i prossimi 10 anni di agricoltura europea.

Bologna Fiere ha fiutato per tempo il vento del cambiamento (nuovo Governo italiano, nuova Commissione europea, nuova Politica agricola comunitaria).

Ha cambiato formula e ha lanciato, assieme a FederBio, AssoBio, Nomisma e il supporto di ITA (Italian trade agency), una strategia per un cambio di marcia dell'agroalimentare italiano che tenga conto della necessità di mi-

L'approccio agroecologico del bio può essere lo strumento più efficace per affrontare le sfide del cambiamento climatico e della redditività della produzione agricola



## Le cifre del bio in Italia

- 2 milioni di ettari (+3%)
- 15,5% della sau italiana
- 80 mila operatori (+4%)
- 6,1% la quota delle aziende agricole bio;
- 28,2 ha, la superficie media aziendale (11 ha nel convenzionale)
- 2,5 miliardi il valore del mercato interno (3% del totale)
- +1,5% la crescita del mercato nei primi sei mesi del 2019
- 2,2 miliardi di euro di export (+10%)

Fonte dati: Sinab, Ismea, Istat, Nomisma, Bologna Fiere, AssoBio.

tiare gli effetti del cambiamento climatico.

## Errori da evitare

«Il biologico è una storia di successo in Italia». Lo riconosce **Angelo Frascarelli** che, come Presidente **Advisory Board** Rivoluzione Bio ha avuto il compito di sintetizzare la due giorni di tavole rotonde e talk show.

«Per questo – continua – possiamo dire che siamo passati "Dalla Rivoluzione Verde alla Rivoluzione Bio". Abbiamo risolto i problemi? No». Secondo il docente dell'Università di Perugia il rischio di oggi è che il biologico sia vittima del suo successo. «Per questo bisogna andare oltre. Come? Innovazione, trasparenza, comunicazione. Cosa significa? Economia circolare, bioeconomia, servizi ecosistemici, per rafforzare le externalità positive del bio; tecnologie di precisione, agricoltura bio digitale, etichette digitali per rafforzare la distintività e la garanzia del bio presso il consumatore, comunicazione e consapevolezza alimentare dei consumatori per accrescere la domanda di prodotti bio».

## Le esigenze di innovazione

Dove c'è bio, c'è innovazione. Il titolo della sessione degli Stati Generali del bio moderata da Terra e Vita può apparire troppo assertivo per chi non conosce bene il contributo al cambiamento innescato da questo metodo di produzione (basta ricordare pratiche come il sovescio, rotazione, inerbimento, diserbo meccanico oggi diventate prassi anche nel convenzionale).

Eppure è proprio così. **Vittorio Veronelli** di Ibm Global ricorda come il biologico abbia ad esempio saputo innescare l'evoluzione dei Bca, gli agenti di biocontrollo. Un'evoluzione che andrebbe aiutata, anche con discipline registrative meno penalizzanti. E sul fronte delle bioplastiche **Marco Versari**, presidente di Assobioplastiche testimonia lo sforzo di migliorare le performance

di biodegradabilità dei teli utilizzati in agricoltura (un impegno nato dal recente accordo con FederBio). Secondo **Cristiano Fini** di Cia Emilia-Romagna il bio deve saper interpretare la sfida dell'agricoltura digitale assicurando la valorizzazione degli investimenti degli imprenditori agricoli. **Eduardo Cuoco** di Ifoam Ue e **Flavio Paoletti** di Crea testimoniano la capacità di innovazione di-

mostrato dal bio anche nei progetti di ricerca attraverso piattaforme inclusive che hanno ispirato il partenariato europeo per l'innovazione. **Notcho Soutereau**, ricercatrice francese di Itab testimonia che la frontiera più promettente della ricerca nel biologico deriva dalla necessità di calcolare in maniera precisa le esternalità che questo metodo di produzione assicura.

### Il sostegno della prossima Pac

«L'Unione europea – testimonia **Phil Hogan**, Commissario passato proprio nei giorni del Sana dall'Agricoltura al Commercio – crede nell'importanza del bio e sostiene la crescita di questo mercato con un forte indirizzo politico e un sostegno diretto agli agricoltori». «L'Europa – puntualizza **Paolo De Castro** – ci sta garantendo risorse importanti per continuare a crescere. L'importante è assicurarsi che la crescita sia gestita nel rispetto e nella tutela dei consumatori, che devono restare la priorità per tutti gli attori della filiera».

### Filiere corte made in Italy

«In questa fase determinante per il settore – dichiara **Maria Grazia Mammuccini**, Presidente di FederBio – la priorità fondamentale è dare più forza ai produttori agricoli per far crescere la produzione nazionale attraverso la diffusione di filiere corte a livello locale e la costruzione di solide filiere di made in Italy bio». La presidente afferma la necessità di rafforzare il principio del "giusto prezzo" dei prodotti agricoli e per fare in modo che il bio diventi in questo un riferimento utile anche per il resto dell'agricoltura. «Ma la crescita del bio non riguarda solo gli aspetti di mercato; coinvolge il governo del territorio, la tutela della biodiversità: far crescere l'agricoltura biologica significa investire per il contrasto e la mitigazione del cambiamento climatico. Dobbiamo darci l'obiettivo di raggiungere almeno il 40% della superficie agricola del nostro Paese».

Un obiettivo che secondo **Ettore Prandini** (Presidente Coldiretti) si può raggiungere solo se prevale il *fairplay* nel confronto internazionale.

«Occorre – afferma – che tutti i prodotti che entrano nei confini nazionali ed europei rispettino gli stessi criteri, garantendo che dietro gli alimenti, italiani e stranieri, in vendita sugli scaffali ci sia un analogo percorso

di qualità che riguarda l'ambiente, il lavoro e la salute. Per questo è importante rafforzare l'attività di vigilanza e controllo alle frontiere. All'Italia serve un marchio per il biologico Made in Italy obbligatorio che garantisca una piena trasparenza ai consumatori».

### Redditività da tutelare

«Bene i controlli, ma non sono la soluzione – sostiene **Dino Scanavino**, Presidente di Cia-Agricoltori Italiani – perché battere le insidie economiche del settore solo con la burocrazia è poco utile. La crescita del biologico è legata alla relazione strategica tra produttori agricoli e cittadini-consumatori c'è il giusto prezzo ogni volta che questa sinergia virtuosa produce valore per l'ambiente e reddito per gli agricoltori».

«Non è possibile – conferma **Giorgio Mercuri**, Presidente di Alleanza cooperative agroalimentari – immaginare di aver un futuro di sostenibilità ambientale se non possiamo neppure essere sicuri di avere un reddito e se quindi la stessa sostenibilità economica e sociale sono tutt'altro che garantite».

### Una legge da sbloccare

«Il bio si conferma uno dei pochi comparti dell'agroalimentare che tiene – dice con forza **Roberto Zanoni** (Presidente AssoBio) commentando l'andamento del mercato del biologico – nonostante una situazione economica italiana non particolarmente brillante, i dati si confermano positivi, soprattutto per l'export, che ha visto nel 2018 un'ulteriore crescita del 10%, superando i 2 miliardi e 200 milioni di vendite, che rappresentano ora più del 5% dell'esportazione agroalimentare italiana».

«Anche il mercato interno è cresciuto in modo positivo di oltre il 5% a confronto con la staticità del settore alimentare convenzionale attualmente semplicemente in linea con l'inflazione». Occorre che anche la politica

## Strategia in dieci punti

1. Bio, un'agricoltura attiva per affrontare la sfida climatica
2. l'importanza dell'approccio agro-ecologico
3. rafforzare gli elementi di distintività del biologico
4. conversione della zootecnia al biologico
5. il ruolo cruciale di regolamentazione e controlli
6. il ruolo fondamentale di innovazione e rivoluzione digitale
7. modelli di sviluppo territoriale
8. informazione e importanza della tracciabilità
9. adozione di un logo nazionale
10. comunicazione e consapevolezza: potenziamento dell'educazione alimentare diffusa e il ruolo del consumatore proattivo

tenga conto di questo contributo. «Ci auguriamo perciò – ribadisce Zanoni – che entro l'anno sia approvata anche al Senato la normativa sul biologico, già passata alla Camera dei Deputati con voto bipartisan».

«La nuova legge consentirebbe una forte spinta verso l'agricoltura biologica grazie anche all'introduzione dei biodistretti e ad investimenti mirati a favore dell'inserimento dei giovani nel mondo agricolo».

«Il biologico – conclude **Gianpiero Calzolari**, Presidente BolognaFiere – si è conquistato nel giro di pochi anni un ruolo di primo piano per l'agroalimentare, passando da elemento di nicchia a driver per lo sviluppo e la crescita. Il biologico è oggi un fenomeno di massa, un settore con migliaia di addetti, che sta caratterizzando un nuovo sistema produttivo, sempre più orientato alla sostenibilità». ■