



IL SOSTEGNO ALLA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI BIOLOGICI ATTRAVERSO I PSR

Rapporto preliminare

**IL SOSTEGNO ALLA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI BIOLOGICI
ATTRAVERSO I PSR
Rapporto preliminare**

**Documento realizzato nell'ambito del
Programma Rete Rurale Nazionale
Scheda Progetto CREA 5.2, Azioni per
l'agricoltura biologica**

Autorità di gestione: Ministero delle
politiche agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Autori: Carla Abitabile e Alberto Sturla

Impaginazione: Anna Lapoli

INDICE

1.	INTRODUZIONE	5
2.	LA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI BIOLOGI IN ITALIA.....	7
3.	I PROGRAMMI DI SVILUPPO RURALE 2007-2013: IL SOSTEGNO ALLA COMMERCIALIZZAZIONE	9
4.	IL SOSTEGNO ALLA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI BIOLOGI NELLA NUOVA PROGRAMMAZIONE ..	13
5.	ALCUNE CONSIDERAZIONI SULLE PROSPETTIVE DI STUDIO.....	15
	BIBLIOGRAFIA.....	17

RETERURALE
NAZIONALE
20142020

1. INTRODUZIONE

La distribuzione è una fase della filiera di grande importanza ai fini dello sviluppo del settore produttivo biologico, non solo in quanto espressione del carattere di beni di consumo dei prodotti biologici, ma anche quale mezzo per comunicarne la natura pubblica (Stolze e Lampkin, 2009). A causa di questa doppia valenza, la distribuzione dei prodotti biologici richiede un approccio specifico che non sempre agevola il rapporto delle imprese agricole con il mercato: è noto come una parte non trascurabile¹ della produzione biologica sia commercializzata attraverso canali convenzionali, con una perdita di valore da parte delle imprese e una sottrazione di prodotto a una domanda in forte crescita, indotta così a rivolgersi ai mercati esteri.

Le difficoltà delle imprese sono svariate e riguardano, per un verso, le particolari caratteristiche dell'offerta (frammentazione nello spazio e nel tempo, discontinuità qualitativa e quantitativa, dispersione territoriale delle unità produttive, ecc.) e, per altro verso, i modelli distributivi possibili (canali convenzionali, negozi specializzati, filiera corta, ristorazione pubblica e privata, ecc.), non tutti adeguati a rispondere alle esigenze di un settore su cui è forte la pressione di una domanda crescente di qualità e identità, oltre che di quantità, e di una più equa ripartizione di valore lungo la filiera. D'altra parte, i dati nazionali più recenti restituiscono un'immagine articolata e in evoluzione - non sempre coerente - del settore che presenta, in primo luogo, un bipolarismo tra aree del centro-nord, dove sembra concentrarsi la trasformazione e la commercializzazione, e aree meridionali, dove invece si trova il maggior numero di produttori. Si sta inoltre assistendo ad un processo di consolidamento crescente del biologico che si manifesta in vario modo: un aumento delle dimensioni medie delle aziende agricole, di cui una quota crescente che trasforma, una presenza in aumento della grande distribuzione, che acquisisce maggiore importanza rispetto al canale specializzato, ma anche una parallela crescita di canali commerciali alternativi².

Sembrano quindi in atto forze contrastanti: da una parte, l'affermarsi di un modello di distribuzione teso all'omologazione (secondo i canoni del modello convenzionale) che, secondo molti, allontana il biologico dal percorso della sostenibilità e, tra l'altro, non risolve le questioni aperte relative alla distribuzione di valore lungo la filiera; dall'altra, un'offerta che cerca di catturare quote maggiori del valore dei prodotti attraverso strategie di avanzamento lungo la filiera e adottando modelli alternativi di distribuzione che sono percepiti come più vicini ai valori e ai principi del biologico.

Alla definizione di tale quadro ha contribuito anche la politica di sviluppo rurale che, già nella precedente programmazione 2007-2013, ha fornito vari strumenti per agevolare la distribuzione e il marketing dei prodotti biologici, tra cui la promozione della partecipazione a regimi di qualità alimentare. Al riguardo, in un'analisi condotta a livello europeo (Sanders *et al.*, 2011), è stato evidenziato come la maggior parte dei paesi, ad eccezione dell'Inghilterra, abbia fatto uso di tali strumenti attraverso i PSR e altre iniziative a carattere nazionale. Queste ultime, in particolare, teoricamente collegate alle indicazioni europee contenute nel relativo Piano di azione che invocava un approccio bilanciato alla filiera, nella pratica si sono tradotte in

¹ Da un'indagine condotta in Piemonte, è emerso come tale fenomeno si registri per circa il 25% della PLV relativa ai prodotti biologici regionali (Borri *et al.*, 2009).

² Fonti: indagini Nomisma e Biobank.

strategie di sostegno poco equilibrate, soprattutto con riferimento al duplice carattere ambientale e di mercato dell'agricoltura biologica.

Partendo da tali premesse, questo report intende verificare con quali modalità e secondo quali modelli la politica di sviluppo rurale favorisca la commercializzazione dei prodotti biologici in Italia e come questa, in particolare, stimoli processi di integrazione orizzontale e verticale delle imprese. A tal fine, dopo aver brevemente delineato la situazione attuale ed evolutiva della distribuzione italiana dei prodotti biologici sulla base dei dati disponibili, vengono presentati di seguito i risultati di un'analisi delle azioni realizzate dalle amministrazioni regionali tramite i relativi rapporti di esecuzione. Successivamente, attraverso un esame delle iniziative previste nell'attuale programmazione, si cerca di comprenderne i possibili impatti futuri sui modelli di distribuzione delle imprese biologiche italiane.

2. LA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI BIOLOGICI IN ITALIA

Il mercato dei prodotti biologici è molto dinamico. Trainato da una domanda costantemente in aumento³ che promette opportunità interessanti per tutti gli operatori, si evolve lungo percorsi differenziati, consolidando per un verso i canali commerciali tradizionali (grande distribuzione e canale specializzato), anche se sulla base di nuovi equilibri tra i protagonisti, e diversificando per altro verso le forme di vendita secondo modelli alternativi in cui l'impresa agricola sembra assumere ruoli di maggior rilievo. Lo stesso sviluppo del mercato, tuttavia, genera sfide rilevanti rispetto ai principi e ai valori del biologico, potendo comportare un allontanamento dal percorso originario delle produzioni o, nei casi estremi, tentativi di penetrazione impropria nel mercato del biologico.

Le informazioni sul mercato dei prodotti biologici derivano principalmente da stime effettuate periodicamente in merito a vendite, consumi e canali distributivi che evidenziano come, nella fase attuale, i protagonisti principali della distribuzione bio siano, nell'ordine, la grande distribuzione organizzata (GDO) e il canale specializzato. Quest'ultimo, canale di vendita principale in passato, ha mostrato più di recente una perdita di posizione a favore della grande distribuzione. Nomisma (Osservatorio SANA 2018) stima infatti un aumento delle vendite di prodotti biologici nella GDO (super e ipermercati) pari a +74% nel periodo 2014-2018, di contro ad un +14% delle vendite nei negozi specializzati nello stesso periodo; con riferimento al biennio più recente (2018/17), si assiste peraltro a una contrazione del canale specializzato, pari a -3% vs il +5,3% della GDO.

Nel complesso, secondi i dati ISMEA-Nielsen e NOMISMA, il consistente aumento del valore delle vendite di prodotti biologici degli ultimi anni ha portato a un valore del mercato di 2,5 miliardi di euro, grazie alle vendite della grande distribuzione e dei negozi specializzati, e a 3,5 miliardi di euro considerando anche gli altri canali e il *food service* (i pasti "fuori casa"), che ha in particolare un valore di 415 milioni di euro, pari al 12% delle vendite bio complessive.

Profilo e obiettivi dei canali che commercializzano prodotti biologici sono piuttosto differenziati. I negozi specializzati in particolare si caratterizzano per la più ampia gamma di prodotti (circa 2.000), perlopiù confezionati, e hanno tra i propri obiettivi: la differenziazione dell'offerta⁴, la vendita di prodotti con più attributi (come il package ecologico), salutari (funzionali, 'con' e 'senza') e di tendenza (come i prodotti vegani) (indagine Nomisma). Grazie a questa specificità e nonostante la concorrenza della grande distribuzione, in Italia si contano oggi 1.437 punti vendita, di cui oltre il 63% in catena o affiliati, aperti nell'ultimo decennio per circa la metà (fonte Biobank). Anche il profilo del consumatore che utilizza maggiormente questo canale di vendita è ben definito: si tratta di una giovane donna con figli di età inferiore ai 12 anni, con possibilità di spesa elevata (reddito medio-alto) e con uno stile di consumo alimentare consapevole (predilige alimenti 'senza', vegani, dietetici) che consuma perlopiù cibo biologico e che instaura

³ *Nomisma stima che dal 2012 si è avuto un incremento delle famiglie che acquistano bio (almeno una volta l'anno) pari a 8 milioni circa. Sono quindi 21 milioni le famiglie consumatrici di prodotti biologici nel 2018, l'81% del totale registrato da ISTAT (nel 2017).*

⁴ *Al riguardo va segnalata la tendenza all'aumento del numero di referenze nella GDO che solo nell'ultimo biennio (2018/2017) ha superato il 23%.*

un rapporto di fiducia con il rivenditore. Il consumatore consapevole e fidelizzato, oltre al canale specializzato, si rivolge di preferenza ai canali alternativi.

Più in generale, relativamente agli acquisti biologici complessivi, Nomisma stima che i consumatori si rivolgono per il 64% alla grande distribuzione, di cui apprezzano assortimento e praticità di acquisto, per il 19% ai canali di vendita diretta e per il 14% ai negozi specializzati.

Dal punto di vista del produttore, i canali distributivi alternativi (tra cui la vendita diretta) hanno un ruolo di un certo rilievo nella determinazione e nella comunicazione dei benefici ecologici e sociali dell'agricoltura. Diversi studi hanno evidenziato i vantaggi di canali commerciali più brevi che favoriscano l'incontro tra produttori e consumatori (Aguglia, 2009; Giarè e Giuca, 2012), in particolare per l'agricoltura biologica e per alcune tipologie di aziende (piccole) e prodotti (freschi) (Borri *et al.*, 2009), tra cui: la riduzione degli intermediari e quindi dei costi di commercializzazione; un accesso più agevole alle informazioni sulla qualità dei prodotti e ai prodotti stessi; prezzi più contenuti per i consumatori ma più interessanti per i produttori; e, più in generale, un contributo allo sviluppo rurale e alla protezione degli ecosistemi. Richiamando la letteratura in tema, Marino e Mastronardi (2012) evidenziano in particolare i benefici economici delle filiere corte (*farmers' markets*, vendita diretta, gruppi di acquisto) per gli imprenditori che, orientandosi verso questa forma di commercializzazione, riacquistano tra l'altro la propria autonomia decisionale. Gli stessi autori tuttavia richiamano la necessità di un miglioramento delle strategie aziendali in termini di sostenibilità per rispondere alle istanze dei consumatori e ai fini della competitività. In tal senso la PAC può "rappresentare una valida occasione per incentivare le produzioni e le imprese sostenibili, attraverso sistemi di *ranking* («greening aziendale») o l'applicazione di sistemi volontari." (*ibidem*, p. 81).

Non sono disponibili dati relativi alla consistenza in valore dei canali alternativi biologici presenti in Italia, mentre sulla consistenza numerica Biobank fornisce ogni anno le proprie stime (tab. 1) che indicano una crescita continua nell'ultimo decennio per tutti i canali, con variazioni significative per le vendite on-line e per la ristorazione.

Tab. 1 – Evoluzione della consistenza numerica di alcuni canali commerciali biologici in Italia

Canali commerciali biologici	2007	2009	2011	2013	2015	2017	Variazione
							media annuale (2017-2007)
	n.						%
Aziende con vendita diretta	1.645	2.176	2.535	2.837	2.878	2.879	5,8
Mercatini	204	225	213	231	221	238	1,6
GAS	356	598	861	887	877	813	8,6
E-commerce	106	132	167	210	286	344	12,5
Negozi specializzati	1.106	1.132	1.212	1.277	1.395	1.437	2,7
Agriturismi	1.002	1.222	1.349	1.567	1.527	1.497	4,1
Ristoranti	174	228	267	350	450	556	12,3
Mense scolastiche	683	837	1.116	1.236	1.250	1.311	6,7

* Il numero si riferisce alle scuole comunali e private con presenza di mense biologiche

Fonte: elaborazioni su dati Biobank, annate varie, ripreso da Viganò (2019)

3. I PROGRAMMI DI SVILUPPO RURALE 2007-2013: IL SOSTEGNO ALLA COMMERCIALIZZAZIONE

Una visione di insieme dell'attuazione della programmazione per lo sviluppo rurale 2007-2013 permette di osservare come sia stata riservata una particolare attenzione all'agricoltura biologica a livello regionale, in termini di priorità accordata sulle misure, criteri di premialità e cumulabilità, anche se spesso tale attenzione non è stata inserita in una coerente strategia di sviluppo del settore. È stato infatti evidenziato come, in particolare, non sempre i PSR abbiano considerato l'agricoltura biologica in un'ottica di filiera, concentrando gli sforzi finanziari sulla sua valenza ambientale (Viganò e Vincentini, 2010).

Con preciso riferimento agli interventi di trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli, questa carenza di visione sistemica ha portato a una presenza disomogenea di appositi criteri di priorità per l'agricoltura biologica nelle schede della misura 123 (Accrescimento del valore aggiunto dei prodotti agricoli e forestali) dei PSR regionali (Tab. 2)⁵. Inoltre, anche nelle Regioni che li hanno previsti, tali criteri hanno interessato solo alcuni settori e spesso erano applicabili solo in determinate zone regionali.

Tab. 2 - Misura 123: criteri di priorità per l'agricoltura biologica individuati nelle Regioni

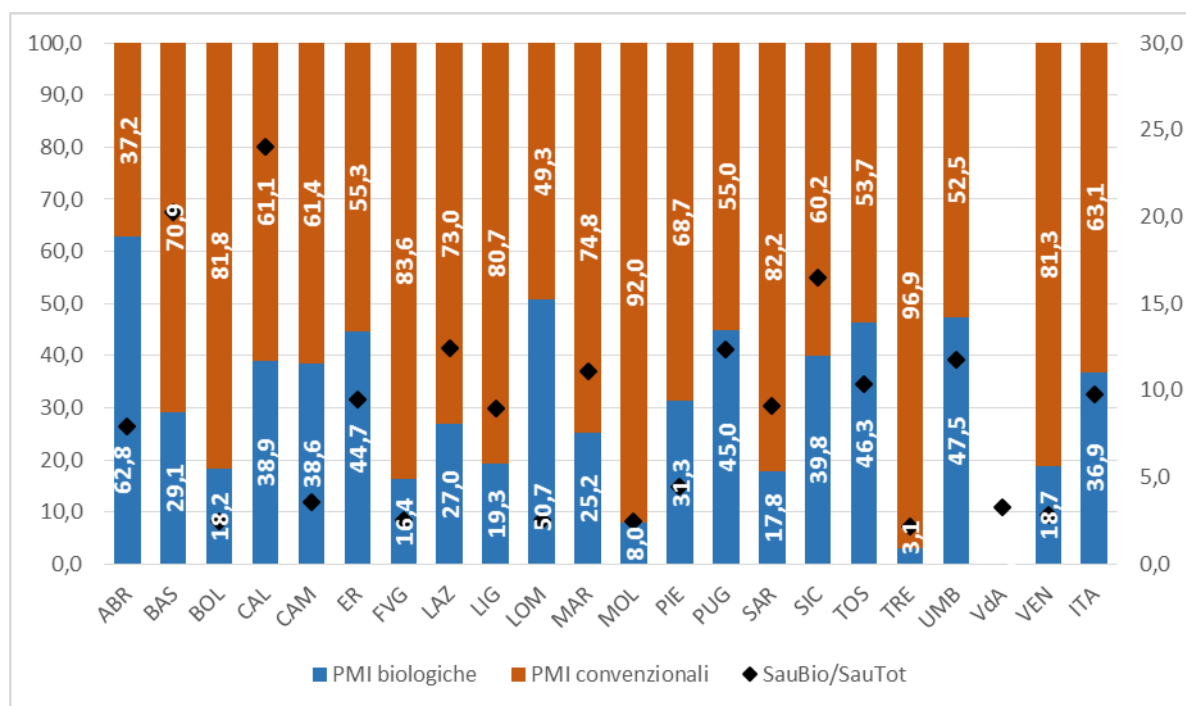
Regione	Interventi
Piemonte	Priorità generale
Lombardia	Priorità per immissione sul mercato prodotti di origine animale
Trento	Priorità per orticole
FVG	Strutture di concentrazione offerta settore biologico
Liguria	Ammodernamento degli impianti nel settore olivicolo
ER	Priorità generale
Lazio	Produzioni ovi-caprine
Abruzzo	Adeguamento tecnologico nei settori carne, latte e olivicolo
Molise	Adeguamento tecnologico nel settore olivicolo
Campania	Priorità generale
Puglia	Adeguamento tecnologico nei settori carne, latte e vitivinicolo

Fonte: PSR 2007 – 2013, varie Regioni

⁵ Con questa misura si interviene sulla trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli e forestali per migliorare la situazione reddituale del settore e concorrere alla crescita economica e sostenibile del territorio. Prevede interventi finalizzati a qualificare le produzioni, contenere i costi e ridurre l'impatto ambientale. Concorre a sostenere e aumentare l'aggregazione dell'offerta.

Il settore biologico nella passata programmazione è stato comunque in grado di generare notevoli volumi di spesa a valere sulla misura 123, come si può osservare nel grafico successivo (fig. 1). Occorre rilevare, inoltre, che il dato relativo alla trasformazione e alla vendita dei prodotti agricoli è largamente sottostimato in quanto non tiene conto gli investimenti realizzati con il sostegno della misura 121 da parte delle aziende agricole. Infatti, non è possibile scorporare l'ammontare destinato agli investimenti per la trasformazione e la vendita dalla spesa complessiva relativa alla misura 121.

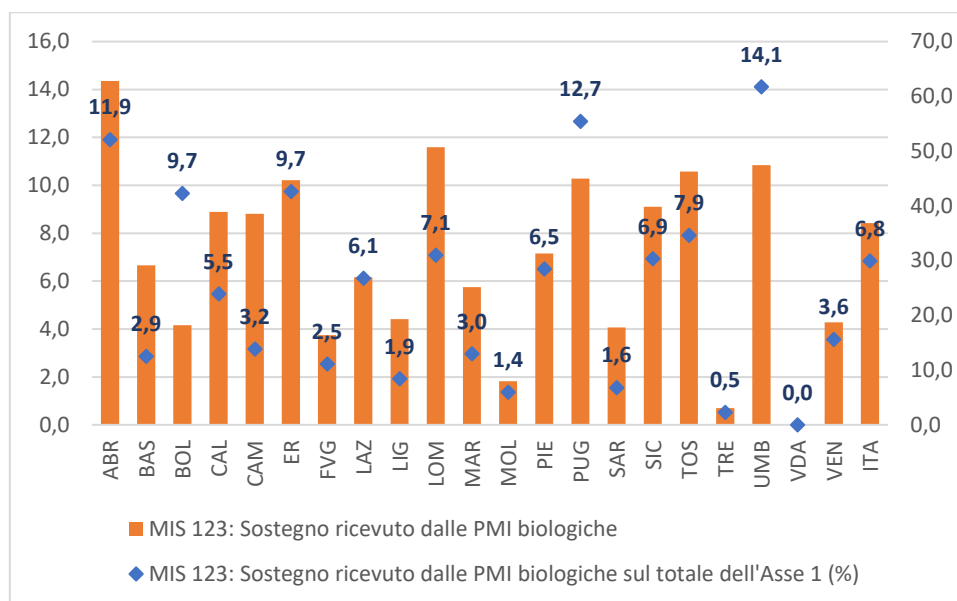
Fig. 1 - Misura 123: Incidenza % del sostegno ricevuto dalle PMI biologiche per Regione



Fonte: Elaborazione su De Leo et al. (2018) e Istat (VI censimento agricoltura)

Per questo, è verosimile che la forte incidenza del sostegno dipenda dal tipo di investimenti messi in pratica dagli imprenditori biologici, che hanno richiesto maggiori risorse finanziarie rispetto a quelli delle imprese convenzionali (fig. 2).

Fig. 2 - Misura 123: distribuzione del sostegno alle PMI biologiche



Fonte: Elaborazione su De Leo et al. (2018)

Non è possibile scendere nel dettaglio degli interventi finanziati, in quanto i dati di monitoraggio disponibili non lo consentono; tuttavia, volendo concentrare l'analisi sulle azioni di integrazione di filiera, è possibile ottenere alcune considerazioni di sintesi dalla lettura dei rapporti di valutazione ex-post dei PSR 2007–2013, anche se non specificatamente indirizzate alle imprese biologiche, secondo i quali la misura 123 sembra abbia contribuito a rafforzare i rapporti della filiera, come si evidenzia dall'analisi dei dati relativi agli indicatori riportati di seguito.

Considerando l'indice "Incremento della quantità di materia prima di qualità acquistata e lavorata dagli impianti di trasformazione (%)", riportato nei rapporti ex post di Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Umbria e Veneto,, si evince che i beneficiari della misura 123 hanno registrato un incremento medio degli afflussi di materia prima di circa il 41%, mentre la "Variazione dell'incidenza dei volumi di materia prima di qualità sul totale dei prodotti lavorati dagli impianti di trasformazione", indice riportato nei rapporti di, Campania, Lazio e Umbria è invece pari al 5%.

Nel caso delle strutture associative, i dati relativi agli stessi indicatori esprimono risultati più importanti: la variazione media del volume di materia prima proveniente da contratti di fornitura pluriennale o da produttori soci di strutture cooperativo/consortile, riferita alla valutazione di Campania, Lazio, Umbria e Veneto, è infatti pari all'83%, mentre l'incidenza dei volumi di materia prima proveniente da contratti di fornitura pluriennale o da produttori soci di strutture cooperativo/consortili è di oltre il 20%.

In particolare, i valutatori hanno rilevato una grande efficacia dei Progetti Integrati di Filiera (PIF) nel favorire l'integrazione e l'aggregazione dei soggetti che operano lungo la filiera con effetti positivi sulla capacità di cooperazione (rafforzando i rapporti di fornitura), sulla distribuzione del valore lungo la filiera e sulla capacità propositiva sui mercati (contribuendo ad aumentare il valore aggiunto dei prodotti).

Ci sono poi alcuni esempi che provano come il settore biologico si sia molto avvantaggiato dell'approccio di filiera: nelle Marche il 56% del totale liquidato sull'azione integrata dedicata alle filiere regionali

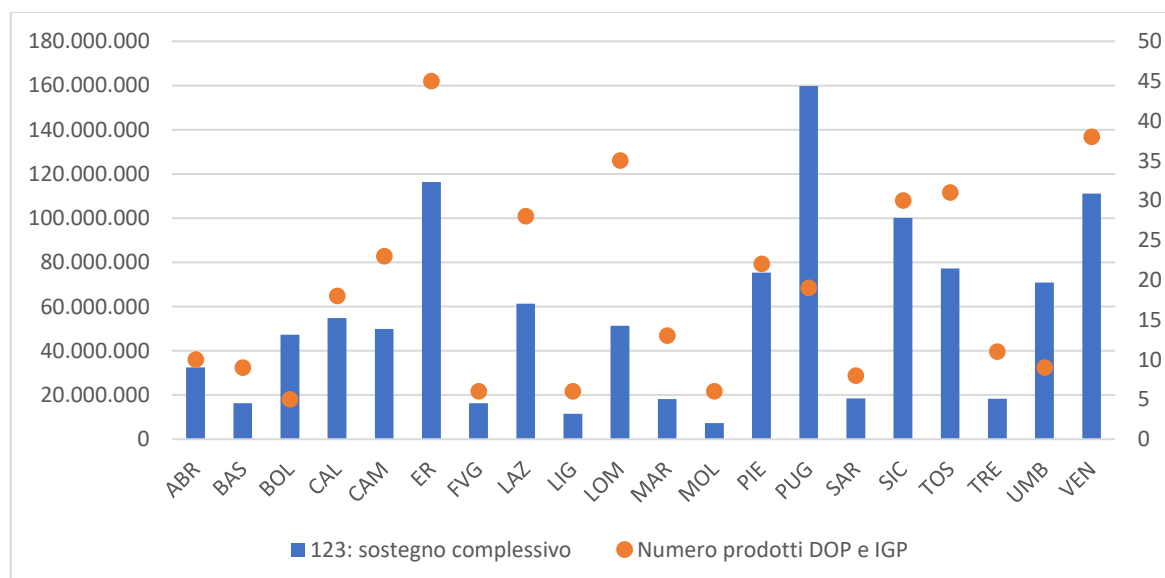
agroalimentari di qualità è riferito alle aziende biologiche; mentre nel Lazio, dove l'approccio di filiera ha interessato il 28,5% delle iniziative progettuali che hanno ricevuto il sostegno, il 25% del volume degli investimenti è stato realizzato da aziende biologiche.

Dal punto di vista procedurale, inoltre, i valutatori hanno sottolineato l'importanza di un'accurata selezione dei criteri di priorità, risultando particolarmente efficaci quelli che hanno favorito gli approcci di filiera. A tale proposito, l'esperienza assai positiva della regione Marche, i cui progetti di filiera hanno raggruppato il maggior numero di beneficiari, ha dimostrato l'utilità di introdurre dei criteri soglia per stabilire la rappresentatività dei soggetti partecipanti rispetto alla filiera di riferimento (come il numero minimo di produttori di base).

Inoltre, un grande impulso alle filiere è stato dato da un'attuazione "complessa" della misura 123, ovvero in sinergia con altre misure all'interno di un approccio collaborativo di trasferimento dell'innovazione, tramite la misura 124. In Provincia di Bolzano, per esempio, la misura 124 ha permesso di migliorare la conservazione delle fragole biologiche sui mercati 'lunghi' e di sperimentare essiccatoi a basse temperature per le erbe officinali, aprendo al beneficiario nuove collaborazioni commerciali. Una grande importanza riveste anche la formazione per il miglioramento del prodotto e lo sviluppo del capitale umano, al fine di rendere più competitiva l'azienda. Le Marche, ancora una volta, si contraddistinguono per un utilizzo oculato della misura 111, specialmente nelle attività di informazione che sono state rese ammissibili solo per i soggetti promotori delle filiere, ai quali spetta l'obbligo di realizzare attività di animazione sul territorio. La stessa Regione ha dimostrato un buon utilizzo della Misura 132, per incentivare l'adesione ai sistemi di qualità da parte soggetti aderenti, e della Misura 133, diretta a favorire la promozione e la conoscenza dei prodotti.

D'altra parte, esistono anche delle condizioni di contesto che hanno favorito l'attuazione della 123 secondo un approccio di filiera. Al riguardo, la valutazione ha individuato come punto di forza la presenza di prodotti DOP e IGP gestiti dai consorzi di tutela; il grafico successivo (fig. 3) sembrerebbe difatti mostrare una certa relazione tra il numero di tali prodotti e il sostegno ricevuto dalle aziende tramite la misura 123 ($R^2 = 0,7$).

Fig. 3 - Misura 123: Sostegno ricevuto dalle aziende (euro) e numero di prodotti DOP e IGP



Fonte: Elaborazione su De Leo et al. (2018) e dati ISTAT.

4. IL SOSTEGNO ALLA DISTRIBUZIONE DEI PRODOTTI BIOLOGICI NELLA NUOVA PROGRAMMAZIONE

I Programmi di sviluppo rurale 2014-2020 fanno riferimento alla distribuzione dei prodotti biologici principalmente nelle misure relative agli investimenti (M4), all'associazionismo (M9) e alla cooperazione (M16), sebbene con modalità diverse da Regione a Regione. Nel caso della M11, specifica del biologico, si è riscontrato un solo caso (Abruzzo) in cui si prevede, tra le condizioni di ammissibilità al sostegno del mantenimento del metodo produttivo, l'impegno da parte del beneficiario a commercializzare i prodotti con il marchio da agricoltura biologica.

Nel complesso, tuttavia, ci sembra di poter affermare che le Regioni manifestano un'attenzione particolare alla commercializzazione nel biologico, soprattutto con riferimento al sostegno agli investimenti. Circa la metà dei PSR ha infatti assegnato alle aziende biologiche una priorità e/o maggiorazione dell'aliquota di sostegno nel caso di accesso alla sottomisura 4.1 o ad alcune sue operazioni per investimenti a favore della commercializzazione (o della trasformazione).

La maggior parte dei PSR prevede inoltre un criterio di priorità per l'accesso alla sottomisura 4.2 sotto forma di punteggi aggiuntivi riservati alle imprese che trasformano (e/o commercializzano) prodotti biologici. L'Emilia-Romagna, in particolare, prevede bandi distinti per i progetti di filiera e per le azioni individuali. I primi vincolano il finanziamento a precisi criteri di ammissibilità relativi alla effettiva presenza di sbocchi sul mercato, prevedendo 1 punto aggiuntivo agli accordi che prevedono la fase di distribuzione. In Calabria e Sardegna, invece, la sottomisura 4.2 è attuabile per progetti sia individuali che di filiera. Per quanto concerne quest'ultima possibilità, in particolare, la Regione Calabria si pone l'obiettivo di "favorire la composizione dell'offerta agroalimentare principalmente attraverso (...) lo sviluppo della "filiera corta", nell'ambito di un'azione di miglioramento del posizionamento di mercato delle produzioni biologiche". L'importanza dell'approccio di filiera è ribadita nella scelta dei criteri di selezione, che assegnano il punteggio massimo per il macro-criterio relativo alle produzioni di qualità alle aziende biologiche "che commercializzano o che si impegnano a commercializzare almeno il 50% del prodotto". La sottomisura individua inoltre specifiche priorità settoriali, relative alla trasformazione dei prodotti biologici dell'agrumicoltura, della castanicoltura, della cerealicoltura e dell'olivicoltura.

Va evidenziato che, in linea generale, anche se non sempre l'attenzione verso le produzioni biologiche si traduce nell'assegnazione di specifici criteri di priorità per l'accesso alla misura, il miglioramento della qualità dei prodotti agroalimentari, anche attraverso investimenti funzionali all'implementazione di sistemi di qualità, è un obiettivo della sotto-misura 4.2 in tutti i PSR.

Alcune Regioni prevedono un collegamento della sottomisura 4.2 con la misura 16, in particolare con la sottomisura 16.2 "Supporto per progetti pilota e per lo sviluppo di nuovi prodotti, pratiche, processi e tecnologie" (Liguria, Emilia-Romagna) e la misura 16.10 "Progetti integrati di filiera" e "Progetti integrati d'area" (Lombardia). In quest'ultimo caso è assegnato un punteggio aggiuntivo al progetto integrato d'area che coinvolge anche agricoltori biologici.

Con riferimento alle altre azioni della misura 16, in generale si osserva una certa propensione, all'interno dei PSR regionali, a prevedere alcuni criteri di priorità per l'agricoltura biologica.

La Regione Sardegna concede un punteggio aggiuntivo alle aziende biologiche aderenti alla misura 16.4 "Sostegno alla cooperazione di filiera, sia orizzontale che verticale, per la creazione e lo sviluppo di filiere corte e mercati locali e sostegno ad attività promozionali a raggio locale connesse allo sviluppo delle filiere corte e dei mercati locali". Il PSR regionale inoltre assegna la priorità di accesso alle risorse rese disponibili con la sottomisura in base all'ampiezza della gamma di prodotti venduti tramite la filiera corta presenti nel mercato locale e in base alla destinazione dei prodotti, con il punteggio massimo attribuito al canale Ho.Re.Ca. e alle mense pubbliche e private. Anche nella sottomisura 16.4 del PSR Calabria si prevede un punteggio aggiuntivo per l'agricoltura biologica, anche se alle aziende biologiche viene assegnato solo il 30% del totale dei punti disponibili per il macro-criterio "Maggiore presenza di prodotti certificati". Vale la pena sottolineare come il PSR calabrese affermi che "la finalità dei progetti di cooperazione deve riguardare progetti che si dimostrino in grado di comporre la filiera corta, anche all'interno di micro-distretti a forte caratterizzazione qualitativa dei prodotti, tra cui anche i biodistretti, sia aggregando i produttori primari e migliorandone l'apertura e la posizione sui mercati, che sostenendo verticalmente la filiera, potenziando la distribuzione nell'ambito di mercati locali (...)". Si tratta infatti dell'unico PSR che, assieme a quello della Regione Liguria, nomina i distretti biologici come possibili destinatari dell'attuazione. Infine, anche Lombardia e Piemonte, nell'ambito della sottomisura 16.4 "Creazione e sviluppo di filiere corte e mercati locali", valutano la qualità dei progetti anche in base al coinvolgimento delle produzioni biologiche.

Il PSR della Regione Puglia, invece, stabilisce che l'intensità dell'aiuto a valere sulla misura 16.2 "Sostegno a progetti pilota e allo sviluppo di nuovi prodotti, pratiche, processi e tecnologie" sia elevabile al 100% della spesa ammissibile nel caso di adozione di tecniche di produzione biologiche.

La Regione Piemonte prevede un criterio di priorità basato sulla sostenibilità ambientale dei processi produttivi per l'accesso alla misura 16.3 "Cooperazione tra piccoli operatori per organizzare processi di lavoro in comune e condividere impianti e risorse, nonché per lo sviluppo/la commercializzazione del turismo". Nel Lazio, la sottomisura 16.5 promuove l'approccio collettivo, in particolare all'agricoltura biologica, attraverso una preliminare individuazione dei territori e delle zone di applicazione del metodo di produzione biologico, anche individuando le prospettive di sviluppo e gli sbocchi commerciali per le produzioni ottenute.

Oltre alle misure 4 e 16, la commercializzazione dei prodotti biologici viene sostenuta in altre misure, sebbene con minore frequenza e intensità. Questo si verifica ad esempio per la misura 6: l'Emilia-Romagna, in particolare nei bandi per l'operazione 6.4.01 "Creazione e sviluppo di agriturismi e fattorie didattiche", prevede un punteggio aggiuntivo per le aziende biologiche sempre in un'ottica di valorizzazione del prodotto biologico tramite la filiera corta. Anche il Lazio attiva questa misura (nell'operazione 6.4.1 "Diversificazione delle aziende agricole"), prevedendo una maggiorazione dell'aliquota di sostegno per investimenti nelle aziende biologiche, dove si prevedono tra l'altro incentivi per l'apertura di punti vendita aziendali.

Altra misura infine che chiama in causa il biologico è la M9 "Costituzione di associazioni e organizzazioni di produttori", dove si prevede un sostegno anche per la commercializzazione in comune dei prodotti. Tale misura è stata attivata da otto Regioni e in sei casi si è scelto di assicurare una priorità ai produttori biologici in fase di selezione dei beneficiari.

5. ALCUNE CONSIDERAZIONI SULLE PROSPETTIVE DI STUDIO

I dati relativi alla spesa effettivamente sostenuta a sostegno della distribuzione dei prodotti biologici nelle diverse misure della nuova programmazione, quando disponibili, consentiranno di esaminare più approfonditamente l'evoluzione della situazione rispetto alla precedente programmazione.

Al momento, dalla lettura dei dati della precedente programmazione e dagli 'intentivi' di quella in corso, sembra comunque manifestarsi una crescente attenzione alla fase di commercializzazione della filiera biologica da parte delle amministrazioni regionali anche se i segnali non sembrano sempre coerenti con le esigenze di un settore i cui caratteri – in particolare la frammentazione e la dispersione delle unità produttive e il bipolarismo nord-sud del settore biologico – richiederebbero interventi maggiormente incisivi e di sistema.

Una lettura più compiuta della situazione andrebbe poi svolta anche considerando gli interventi di carattere infrastrutturale e quelli relativi alla logistica, che fornirebbero maggiori elementi per comprendere meglio le opportunità offerte agli imprenditori biologici nell'agevolare la commercializzazione. Gli incentivi allo sviluppo della filiera corta, in particolare, potrebbero non essere sufficienti laddove la localizzazione dell'azienda costituisca uno svantaggio per distanza, difficoltà di raggiungimento o visibilità.

Come abbiamo visto sopra, l'importanza della filiera corta è in ogni caso riconosciuta nella maggior parte dei casi come una leva per lo sviluppo del biologico, consapevolezza che si riscontra anche ad altri livelli, se si considera che il nuovo regolamento quadro sull'agricoltura biologica (Reg. (UE) n. 2018/848, considerando 17) include tra i suoi obiettivi quello di promuovere le filiere corte e la produzione locale.

Di fianco alla necessità di un accorciamento della filiera, è poi riconosciuta l'importanza dell'aggregazione degli operatori che, per i circuiti brevi, può riguardare anche un numero limitato di soggetti che collaborano sulla base della qualità di processi e prodotti (Ventura e Schiano, 2017).

La disponibilità di dati utili alla conoscenza del fenomeno è tuttavia ad oggi insufficiente: ulteriori approfondimenti sono necessari per identificare la geografia della filiera corta con riferimento particolare al biologico e alla convenienza per le imprese a intraprendere uno o più dei diversi percorsi possibili. Riguardo all'aggregazione degli operatori, infine, oltre a comprendere se gli strumenti messi in campo risultano adeguati al fine di superarne gli ostacoli (come la resistenza degli imprenditori e la scarsa conoscenza dei mezzi e delle possibilità), risulterebbe molto utile un'analisi comparativa tra percorsi individuali e collettivi.

BIBLIOGRAFIA

- Aguglia L. (2009), La filiera corta: un'opportunità per agricoltori e consumatori, *Agriregionieuropa*, Anno 5, n. 15.
- Borri I., Borsotto P., Corsi A. (2009), La scelta della filiera corta degli agricoltori biologici piemontesi, *Agriregionieuropa*, anno 5, n. 19.
- De Leo S., Vaccaro A., Viganò L. (2018), L'agricoltura biologica, in Tarangioli S., Zanetti B. (a cura di), *Gli effetti della politica di sviluppo rurale 2007-2013, Il bilancio dell'esperienza*, Rete Rurale Nazionale 2014-2020, Roma, in corso di pubblicazione.
- Giarè F., Giuca S. (a cura di) (2012), *Agricoltori e filiera corta. Profili giuridici e dinamiche socio-economiche*, INEA, Roma.
- Marino D., Mastronardi L. (2012), Gli aspetti ambientali della filiera corta: i risultati di un'indagine diretta sui «farmers' market» italiani, in Giarè F., Giuca S. (a cura di), *Agricoltori e filiera corta. Profili giuridici e dinamiche socio-economiche*, INEA, Roma.
- Sanders J., Stolze M., Padel S. (2011), *Use and efficiency of public support measures addressing organic farming*, vTI, Braunschweig.
- Stolze M., Lampkin N. (2009), Policy for organic farming: Rationale and concept, *Food Policy*, vol. 34, n. 3, pp. 237–244. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2009.03.005>
- Vaccaro A., Viganò L. (2017), PSR e agricoltura biologica, in Abitabile C., Marras F., Viganò L. (a cura di), *Bioreport 2016. L'agricoltura biologica in Italia*, Rete Rurale Nazionale 2014-2020, Roma.
- Ventura F., Schiano lo Moriello M. (2017), *Opportunità e minacce per la filiera corta e la vendita diretta in Italia*, Rete rurale nazionale 2014-2020, Roma.
- Viganò L. (2019), Il mercato (*dei prodotti biologici*), in: Abitabile C., Marras F., Viganò L. (a cura di), *Bioreport 2017-2018. L'agricoltura biologica in Italia*, Rete Rurale Nazionale 2014-2020, Roma.
- Viganò L., Vincentini C. (a cura di) (2010), *Strategie per l'agricoltura biologica nei PSR 2007-2013*, Rete Rurale Nazionale 2007-2013, Roma.



RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione
Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo
Via XX Settembre, 20 Roma

www.reterurale.it
reterurale@politicheagricole.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale