IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Coldiretti Bio: ecco il nuovo piano di azione per il biologico

Valorizzare le produzioni, creare un mercato, ma soprattutto diffondere la cultura delle produzioni biologiche Made in Italy. Coldiretti è pronta a rilanciare l'agricoltura biologica e biodinamica e ha indicato le sue linee in occasione dell'incontro promosso il 27 luglio scorso su " "Biologico italiano: dal piano di azione le strategie per il futuro" . Alla presenza del presidente di Coldiretti Ettore Prandini e del Segretario Generale , Vincenzo Gesmundo, sono state illustrate le prime indicazioni sul Piano di Azione per il Biologico, che il ministero delle Politiche agricole si appresta a definire. All'incontro con i vertici della Coldiretti hanno partecipato il sottosegretario al Mipaaf, Francesco Battistoni, con delega all'agricoltura bio, l'onorevole Maria Chiara Gadda (Iv). Le relazioni sono state svolte da Fabio del Bravo dell'Ismea, Roberto Weber di Ixe', Pietro Gasparri del Mipaaf e Maria Letizia Gardoni di Coldiretti Bio. presenti anche il capo dipartimento Mipaaf Saverio Abate e il direttore generale Oreste Gerini Il segretario generale Gesmundo ha sottolineato come anche in questo campo la Coldiretti intende svolgere un ruolo incisivo. Ma ci sono molti problemi da affrontare. Il primo è la questione del biodinamico che – ha detto Gesmundo – è fortemente correlato con il biologico in particolare per quanto riguarda la cura del suolo. Un'altra questione importante è la perdita di redditualità delle imprese che, secondo Coldiretti, è dovuta al fatto che oggi manca l'indicazione della distintività. Bisogna lavorare per sostenere il legame con i territori e la stagionalità delle produzioni. Altro tema è la grande distribuzione che preferisce acquistare prodotti bio esteri. E infine le mense scolastiche. E' vero che i bandi garantiscono una corsia preferenziale ai prodotti biologici, ma poi si scopre che il 90% arriva dall'estero. Serve dunque – ha detto il segretario generale - un nuovo racconto che parta dall'origine del prodotto bio, dai territori veicolato anche grazie alle vendite di rette e quindi dalla rete dei mercati di Campagna Amica. Ma è necessario – ha aggiunto- anche un salto di qualità

Il presidente Prandini nel suo intervento ha sottolineato la necessità di creare un mercato e soprattutto una cultura del bio fornendo informazioni sui prodotti. Il consumatore ha certezza di quello che acquista e in questo modo si può portare valore aggiunto al bio italiano. La sfida è anche quella di diffondere la cultura del biologico presso le istituzioni. Come per le produzioni agricole tradizionali una scelta obbligata è investire nell'Agricoltura 4.0. Il numero uno della Coldiretti in riferimento all'approvazione dalla legge ha ringraziato quei politici coraggiosi perché – ha sottolineato "sulla nuova legge c'è chi c'è stato e chi no. Per Prandini lo spartiacque è comunque l'etichetta per informare correttamente il consumatore sulla provenienza del prodotto. Al settore serve anche una maggiore apertura ai mercati e per questo il presidente della Coldiretti ha proposto che il Sana diventi una fiera internazionale. La Coldiretti crede molto in produzioni che stanno raccogliendo ampi consensi tra i consumatori. La superficie coltivata, secondo i dati illustrati da Ismea, ha superato 2,1 milioni di ettari segnando con il raddoppio negli ultimi dieci anni un record storico. In Italia – spiega Coldiretti – l'incidenza dei terreni a bio rispetto al totale è di ben il 17,4% quasi il doppio della media europea (circa 9%) e molto vicino agli obiettivi previsti dalla strategia UE per il cibo "Farm to Fork", che prevede di portare le superfici bio europee al 25% entro il 2030. A livello nazionale ci sono oltre 86mila imprese agroalimentare bio e sono già addirittura 4 le regioni italiane, Toscana, Lazio, Calabria e Basilicata, che hanno raggiunto e superato gli obiettivi europei con ben 8 anni di anticipo sulle tempistiche previste da Bruxelles. Un

consuma regolarmente prodotti bio ed è disposto a pagare anche di più per acquistare un prodotto certificato bio, mentre il 13% dei consumatori è certo che, nel prossimo futuro, aumenterà la spesa per portare in tavola prodotti biologici. La spinta verso il biologico è sostenuta soprattutto da motivi salutistici, ma molto importanti nella scelta di acquisto, il territorio di origine e le garanzie della certificazione. Per Coldiretti è chiara la necessità di costruire filiere biologiche interamente italiane e di riuscire a comunicare, anche nelle etichette del prodotto biologico, l'origine made in Italy della materia prima agricola, come peraltro previsto nella Legge 23 sull'agricoltura biologica, approvata quest'anno in Parlamento e della quale si è in attesa della piena applicazione. Il biologico si inserisce a pieno titolo nel modello dell'agroalimentare made in Italy sostenuto da Coldiretti, già fortemente caratterizzato per l'attenzione alla qualità, alla salute dei consumatori e alla tutela dell'ambiente. Temi e obiettivi che, proprio nel biologico, trovano la loro piena definizione. Le aziende biologiche – continua Coldiretti - rappresentano un pezzo importante del percorso di valorizzazione della nostra agricoltura e molte di queste sono presenti negli oltre mille mercati di Campagna amica diffusi in tutto il territorio nazionale, producono in biologico molte delle eccellenze DOP e IGP del nostro Paese e rappresentano una vera e propria rete di sostenibilità per il nostro Paese. "Dobbiamo ridare centralità all'agricoltura anche nella filiera del biologico - ha dichiarato Maria Letizia Gardoni presidente di Coldiretti Bio, l'associazione che riunisce le imprese biologiche e biodinamiche di Coldiretti - perché il biologico rappresenta uno straordinario strumento per lo sviluppo delle nostre campagne e, insieme a tutte le iniziative messe in campo da Coldiretti, consente di avvicinare sempre di più i consumatori al mondo agricolo".