

I farmers market nella commercializzazione del biologico italiano

Summary: THE FARMERS' MARKET AND THE MARKETING OF THE ITALIAN BIOLOGICAL GOODS

Starting as a niche field, the biological marketplace is now growing more and more, supported by the increasing of the demand, by the consumers, of healthy food with a lower environmental impact. The direct selling of biological products, even if it's not considered as the most important one, has surely been a kind of marketing which is expanding in Italy. The success of farmers' market is mainly linked to the shortening of the chain between the producer and the consumer: this allows the selling of products at lower prices if compared to those applied by the large retailers. All principles supporting the development of these "alternative" purchases are not, however, purely affordable: biological local markets represent a special and unique meeting point between producers and consumers focusing on quality, typical aspects and also on the link to the territory.

Keywords: *Biological Goods, Farmers' Market, Agriculture.*

Da qualche anno si registra una crescente tendenza alla ricerca di forme d'acquisto alternative a basso costo come quelle nei cosiddetti "farmers market" o talvolta chiamati "green market", in cui gli agricoltori possono vendere direttamente al pubblico assicurando un buon risparmio, dovuto all'accorciamento della filiera produttore-consumatore.

Le argomentazioni e i principi che sottendono allo sviluppo di questi stili di acquisto non sono meramente economici, ma sono legati a una serie di garanzie che un segmento crescente di consumatori reputano importanti come la conoscenza diretta, la fiducia, la trasparenza, così come i sistemi di tracciabilità, certificazione e controllo dei prodotti acquistati. I prodotti biologici, grazie al loro rigoroso sistema di controlli, soddisfano pienamente la domanda di sicurezza alimentare, oltre che di tutela ambientale.

Ciò spiega come, nonostante l'effetto depressivo sui consumi causato dalla crisi economica e finanziaria, da qualche anno si registra per il biologico un aumento sia dei consumi, che delle superfici coltivate. Da settore di nicchia si è sempre più trasformato in un mercato in progressiva crescita, sostenuto dall'aumentata domanda, da parte dei consumatori, di alimenti salubri a minor impatto ambientale.

L'agricoltura biologica, nata in Germania e in Svizzera nei primi anni del secolo scorso dall'esigenza di distinguere le produzioni agricole da quelle convenzionali nella prospettiva di soddisfare un mercato sempre più esigente ed evoluto, ha trovato ampio consenso soprattutto a partire dagli anni '70 del Novecento.

Nel volgere di pochi anni la domanda di prodotti biologici è aumentata molto rapidamente soprattutto nei paesi dell'Europa settentrionale come Danimarca, Germania, Olanda in cui la coscienza ambientalista e salutista è molto sviluppata. Successivamente il fenomeno si è esteso anche agli altri paesi europei e agli Stati Uniti.

In Italia, in particolare, la tematica della sicurezza alimentare ha assunto particolare rilievo in conseguenza di una serie di emergenze che si sono succedute negli ultimi anni: non solo episodi di adulterazione, sofisticazione e varie forme di contaminazione alimentare, ma vere e proprie crisi sanitarie che hanno investito il settore agro-zootecnico e alimentare in numerosi Paesi europei: zoonosi causate da nuovi patogeni e, in particolare, l'encefalopatia spongiforme bovina (BSE); la contaminazione da diossina e da altre sostanze chimiche; la febbre catarrale degli ovini; la peste suina classica; l'influenza aviaria.

Le scelte dei consumatori più consapevoli, dunque, si sono sempre più orientate verso le caratteristiche di qualità dei prodotti, in termini non soltanto di sicurezza alimentare, ma anche di sostenibilità ecologica, che implica l'uso prevalente di risorse locali e rinnovabili, il mantenimento della fertilità del suolo, l'utilizzo di prodotti e procedimenti naturali.

Gli alimenti biologici rappresentano l'ideale tipo di prodotto salubre, con esclusione di prodotti chimici di sintesi, di additivi, conservanti, coloranti artificiali, il divieto degli OGM. Sono espressione di un'agricoltura che si fonda su una rotazione delle colture, sull'uso esclusivo di fertilizzanti naturali, garantisce la biodiversità e usa



tecniche agronomiche capaci di minimizzare l'impatto umano nell'ambiente e, al tempo stesso, di operare nel modo più naturale possibile.

Tutto il ciclo della produzione, dalla preparazione del terreno per la semina fino alla vendita del prodotto finito, è sottoposto ai controlli di organismi specializzati appositamente riconosciuti dallo Stato, che certificano e garantiscono il pieno rispetto delle normative e dei disciplinari di produzione. Il Regolamento CEE n. 2092/91, con le sue successive modifiche e integrazioni, ha disciplinato per sedici anni il settore dell'agricoltura biologica in tutti gli Stati membri dell'Unione.

Dal 1° gennaio 2009 è entrato in vigore il nuovo regolamento Ce 834/2007 che, mantenendo i principi fondanti fissati dalla normativa precedente e il suo insieme coerente di obiettivi, principi e norme fondamentali sulla produzione biologica, rende più razionale il sistema di controllo e semplifica la materia sia per gli agricoltori che per i consumatori. Un atto ormai improrogabile anche per la necessità di aggiornare le regole del settore alla luce delle rapidissime evoluzioni del mercato e dello scenario agroalimentare. Il nuovo regolamento ridisegna le coordinate del settore in 42 articoli: fissa obiettivi e principi, regola la produzione, l'etichettatura dei prodotti, i controlli e gli scambi con i Paesi Terzi.

Produzione e consumo di prodotti biologici sono in crescita in tutto il mondo: dall'ultimo rapporto sull'agricoltura biologica redatto dall'International Federation for Organic Agriculture (IFOAM), risultano infatti, nel 2007, 32,2 milioni di ettari certificati, gestiti da oltre 1,2 milioni di produttori.

Al primo posto l'Oceania con 12,1 milioni di ettari seguita dall'Europa con circa 7,8 milioni di ettari, l'America Latina (6,4 milioni di ettari),

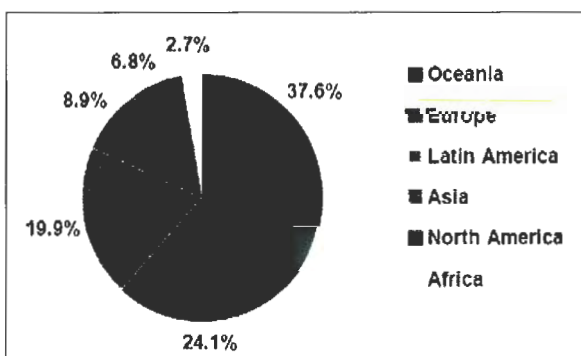


Fig. 1. Distribuzione per continente delle superfici coltivate ad agricoltura biologica (2007).

Fonte: FiBL e IFOAM 2009

l'Asia (2,9 milioni di ettari), il Nord America (2,2 milioni di ettari) e l'Africa (circa 0,9 milioni di ettari) (Figura 1).

L'Europa, con la sua costante crescita di terreni coltivati a biologico, detiene circa un quarto dell'intera superficie mondiale. Rispetto al 2007 la superficie europea coltivata a biologico è aumentata di 330 mila ettari (+4,5%) con sostanziali incrementi in Paesi come la Spagna (+61.932 ettari), la Polonia (+57.869) e la Gran Bretagna (+55.629).

All'aumento della produzione corrisponde un costante aumento di consumo di prodotti biologici: Organic Monitor stima che il valore delle vendite abbia raggiunto nel 2007 i 46 miliardi di dollari.

La domanda dei prodotti è concentrata principalmente nel Nord America e in Europa. Il mercato tedesco e inglese sono stati quelli con la crescita più veloce nel 2007, grazie alla larga diffusione dei prodotti in tutti i canali di vendita.

Il settore biologico italiano riveste un ruolo di primaria importanza in ambito sia comunitario che internazionale. Nel 2008 però, secondo i dati forniti dalla Coldiretti, l'Italia ha perso il primato europeo nella produzione biologica a favore della Spagna. La superficie nazionale interessata alla coltivazione nel 2008 ha subito una riduzione di circa il 12,8 per cento, mentre il numero di produttori è calato del 2,6 per cento.

Una prima superficiale lettura dei dati negli ultimi anni può erroneamente far pensare ad un momento di "crisi" dell'intero settore. Si è registrato infatti un ridimensionamento, peraltro in controtendenza nel 2005, 2006 e 2007, che ha riguardato in particolare le aziende agricole di produzione, ed è frutto di fenomeni complessi, dovuti in parte ad un generale rallentamento dell'economia agroalimentare del Paese ma, nello specifico, anche alle peculiari modalità di sviluppo del settore, fortemente legato ai finanziamenti comunitari.

La "maturità" del comparto biologico viene confermata al contrario da un maggiore interesse del sistema del biologico italiano verso il mercato e i principali elementi di analisi confermano che, ad una flessione delle aziende agricole di produzione registrata negli anni 2002-2004 e nel 2008, si contrappone una continua leggera crescita delle aziende di trasformazione e del numero degli importatori di prodotto biologico.

Complessivamente in Italia nel 2008, secondo la Coldiretti, ci sono 49.654 operatori di cui: 42.037 agricoltori; 5.047 preparatori (comprese le aziende che effettuano attività di vendita al dettaglio); 2.324 che effettuano sia attività di produzione che

di trasformazione; 51 importatori esclusivi; 195 importatori che effettuano anche attività di produzione o trasformazione (Figura 2).

Anche il consumo di prodotti biologici in Italia è cresciuto rapidamente negli ultimi anni, consentendo un'affermazione definitiva delle filiere del biologico nel panorama agroalimentare nazionale, così com'è già accaduto nei principali Paesi europei.

Le motivazioni di questa espansione sono da ricercare sia in una più incisiva organizzazione dell'offerta, sia nella crescita dell'interesse dei consumatori, sempre più attenti ai temi della salute, dell'ambiente e della sostenibilità.

Il mercato biologico italiano è stimato essere tra i 2,8 miliardi di euro, con circa 1,8 miliardi di euro di vendite al dettaglio in negozi specializzati, supermercati, vendite dirette delle aziende agricole, consegne a domicilio, e gruppi di acquisto. Insieme alla crescita dei consumi familiari del 5,4

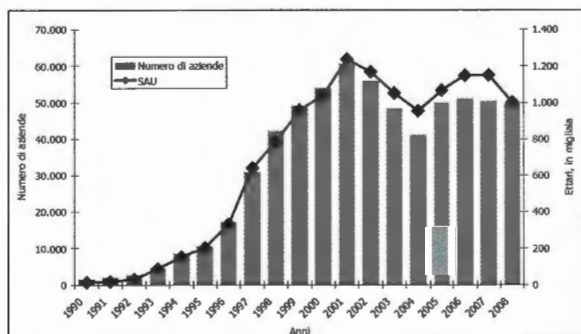


Fig. 2. Operatori e superfici in agricoltura biologica in Italia
Fonte: SINAB 2009.

	Var. % '08/07	Quota comparto/ta tale bio
Lattiero caseari	1,5%	19,8%
Ortofrutta fresca e trasformata	19,8%	19,5%
Prodotti prima colazione	-13,8%	14,1%
Bevande	2,7%	10,0%
Pane e sostituti, pasta e riso	14,3%	7,7%
Uova	14,1%	7,7%
Prodotti per l'infanzia	16,1%	5,7%
Olii	7,1%	4,8%
Miele	7,5%	3,7%
Gelati e surgelati	10,0%	2,4%
Altri prodotti	1,9%	4,6%
Totale prodotti biologici	5,4%	100,0%

Fig. 3. Consumi domestici di prodotti biologici (2008)
Fonte: ISMEA/Nielsen, 2008, p. 1.

per cento, il biologico nel 2008 aumenta in mense (+16 per cento), agriturismi (+18 per cento) e ristoranti (+20 per cento), secondo i dati Biobank.

A trainare la crescita del bio ci sono i prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati (+18,4 per cento), i prodotti per l'infanzia (+17,6 per cento) e i lattiero-caseari (+5,7 per cento), secondo i dati Ismea relativi al 2008 (Figura 3).

Un aumento significativo (+18 per cento) è stato registrato, sempre nel 2008, per gli acquisti effettuati direttamente dal produttore grazie alla presenza di più di 1645 aziende agricole, 110 siti specializzati per l'acquisto on line e 208 mercatini bio.

La vendita diretta rappresenta, storicamente, la prima forma di commercializzazione del prodotto biologico. La vendita può essere effettuata direttamente nell'azienda agricola oppure sul mercato regionale e nelle fiere locali.

Nelle aziende di maggiori dimensioni, l'attività di vendita viene organizzata tramite un negozio allestito all'interno della struttura. Quelle di più piccole dimensioni vendono tramite reti di conoscenti, familiari oppure ai turisti di passaggio senza, comunque, organizzare un vero e proprio punto vendita all'interno dell'azienda.

La vendita diretta al mercato, benché non sia la più importante in termini di volumi e di fatturato, è sicuramente una delle forme di commercializzazione più interessanti dei prodotti biologici.

Quella dei *Farmers' market* è una tendenza già affermata all'estero, in particolare in Gran Bretagna e Stati Uniti, e in forte espansione in Italia: il successo dei mercati degli agricoltori è dovuto soprattutto ai prezzi più bassi rispetto a quelli praticati dalla grande distribuzione, grazie alla filiera corta, cioè all'assenza di intermediari che fanno alzare i prezzi per via dei vari passaggi e dei costi di trasporto.

I mercatini biologici rappresentano un momento unico e speciale d'incontro tra produttori e consumatori: un'esperienza che consente di promuovere e valorizzare le caratteristiche di qualità e tipicità del prodotto biologico e il legame con il territorio. La conoscenza e la fiducia riposta nel produttore divengono garanzia della genuinità del prodotto e dell'adozione di tecniche di produzione tese alla salvaguardia dell'ambiente. Si tratta di un nuovo modo di fare la spesa, di essere coinvolti con tutti i sensi attraverso i colori, le voci, i profumi, i sapori.

Al 1984 risale il primo mercatino di prodotti biologici che si tiene tuttora, il 7 e l'8 settembre a Firenze nella piazza della SS. Annunziata: "La Fierucola del Pane". L'idea prendeva spunto da



una tradizione fiorentina che vedeva, proprio alla vigilia della ricorrenza della nascita di Maria, i contadini toscani scendere a Firenze per festeggiare e vendere i panni tessuti a mano, i funghi essiccati e il pane cotto nel forno. Dedicata alle produzioni biologiche, intitolata al pane come simbolo dei bisogni essenziali e volta a valorizzare il mondo rurale, la rassegna è stata esempio e guida per tante altre Fierucole sorte in Toscana. Poi i mercatini bio, per gemmazione e imitazione, si sono propagati, anno dopo anno, nel resto d'Italia: il nuovo censimento Bio Bank del 2008 ne ha rilevati 208. Di questi, sedici sono mercatini della biodiversità che propongono piante, fiori, frutti dimenticati e animali in via di estinzione.

Nella tripartizione territoriale il nord domina con ben 148 realtà, il 71% del totale nazionale, seguito dal centro con 48 mercatini (23%), e da sud e isole con 12 fiere bio (6%).

Risultano, quindi, poco diffusi al sud e nelle isole da dove, invece, proviene la maggior parte della produzione biologica italiana (Figura 4).

A promuovere ed a organizzare i biomercatini sono associazioni culturali, ambientali, di produttori, comuni, pro-loco, ma anche strutture nate ad hoc. In alcuni casi nascono per volontà dei consumatori stessi, riuniti in associazioni, club o gruppi

Piemonte	22
Valle D'Aosta	1
Liguria	9
Lombardia	36
Trentino-Alto Adige	10
Veneto	29
Friuli-Venezia Giulia	8
Emilia Romagna	33
Tot. Nord	148
Toscana	28
Marche	9
Umbria	7
Lazio	4
Tot. Centro	48
Campania	4
Calabria	1
Sicilia	6
Sardegna	1
Tot. Sud e Isole	12

Fig. 4 Mercatini biologici nelle regioni italiane (31/12/2008)

Fonte: Bio Bank, 2009, p. 151

di acquisto con l'appoggio degli agricoltori e delle amministrazioni.

I mercatini o le fiere bio sono manifestazioni periodiche (settimanali, mensili, annuali o altro) di uno o più giorni, a livello locale, regionale o nazionale.

Una fiera-mercato può essere generale, con vari settori e tematiche (agricoltura, artigianato, cultura, ecc.), specializzata, quando si dedica solo a un settore (ad esempio l'agricoltura) e super specializzata in una filiera produttiva (fiera ovina, fiera floricola) o addirittura una sola razza (fiera della bovina romagnola) o specie (fiera della rosa).

Attualmente la maggioranza dei mercatini o delle fiere del biologico è di tipo generale, in cui l'aspetto agricolo coesiste con quello artigianale, artistico e ludico.

Le categorie merceologiche presenti sono svariate: dalla frutta alla verdura locale, dai dolci alle più diverse varietà di pane: integrale, al kamut, al farro, ai cereali, con semi di zucca o di girasole ecc. E ancora formaggi dai mille sapori, succhi, conserve, vino, olio, cereali, legumi, miele fino ai prodotti del commercio equo. Ma i biomercatini sono luogo di incontro anche per artisti ed artigiani che lavorano il cuoio, la lana, la ceramica, il legno, il giunco, la paglia, la carta, la cera, il metallo.

I mercatini e le fiere perseguono fini diversi: innanzi tutto quello prettamente commerciale, che mira a vendere sul mercato locale le produzioni di piccole imprese biologiche gestite da coltivatori diretti, in cui cioè la forza lavoro è rappresentata prevalentemente dai membri della famiglia. A tal fine, il mercato locale dovrebbe svolgersi con una certa regolarità, settimanale o al massimo mensile, così da assicurare all'agricoltore un flusso continuo di denaro ed al consumatore un flusso continuo di merci, cosa che invece ancora non è, se non in pochissimi casi.

Vi sono poi mercatini periodici e fiere le cui finalità non sono esclusivamente quelle della commercializzazione dei prodotti bio e di allargare il numero dei consumatori biologici, quanto piuttosto di rilanciare un paese, una piazza, di attivare un flusso turistico o raccogliere fondi per un progetto particolare. Si tratta nella maggior parte dei casi di mercati con una periodicità annuale in cui non è possibile certo assicurare uno scambio regolare di merci né ai produttori né ai consumatori, ma in cui va comunque considerato l'aspetto di valorizzazione del territorio, nonché l'aspetto di formazione professionale, giacché a tali eventi si accompagnano quasi sempre iniziative di tipo culturale come



convegni, tavole rotonde, dibattiti sulle tematiche ambientali e nutrizionali.

In alcuni casi, per attirare i visitatori e promuovere la conoscenza ed il consumo dei prodotti biologici, vengono organizzate degustazioni gratuite, premiazioni per prodotti particolari in cui ad esprimersi non sono gli esperti ma i consumatori.

A livello locale, molte amministrazioni hanno preso coscienza che tramite iniziative come fiere e mercatini bio si possono promuovere e rafforzare i circuiti brevi di commercializzazione e si può quindi contribuire alla tenuta e allo sviluppo socio-economico di un territorio.

Una formula di commercializzazione che il nuovo decreto sulla vendita diretta del ministero delle Politiche agricole, in vigore dal primo gennaio 2008 dopo un anno di gestazione, propone oggi con forza a tutti gli agricoltori sotto il motto "accorciare la filiera, integrare il reddito". L'obiettivo è di riuscire a raggiungere entro la fine del 2010 la quota di 400-500 mercatini in tutte le province italiane, coinvolgendo da 6 a 8 mila produttori. Si adotta così per l'intero settore primario, una delle varie formule di vendita diretta che il comparto del biologico ha da tempo sperimentato e adottato con successo sempre crescente. Una dimostrazione di come il biologico, per emergere, abbia aperto nuove strade che ora tutti possono percorrere.

Bibliografia

- Bio Bank (2009), *Tutto bio. Annuario del biologico*, Egaf Edizioni, Forlì.
- Covino D. (a cura di) (2007), *Che cos'è l'agricoltura biologica*, Carocci, Roma.
- Festing H. (1998), *Farmers' markets, an american success story*, Eco-Logic Books, Bath.
- Grasso M.V. (2008), "Il mercato dei prodotti biologici: da settore di nicchia a dinamico segmento commerciale", in Cirelli C. (a cura di), *Città e commercio*, Pàtron, Bologna, pp. 333-343.
- Hichley D., Lyson T., Gillespie G. (1995), *Farmers' markets and rural economic development*, Cornell University, Ithaca.
- ISMEA (2005), *L'evoluzione del mercato delle produzioni biologiche*, Ismea, Roma.
- ISMEA (2007), *Il mercato dei prodotti biologici: tendenze generali nelle principali filiere*, Società Editrice Ismago Media, Cesena.
- ISMEA/Nielsen (2008), *I consumi domestici di prodotti biologici nel 2008*, in www.ismea.it
- Marino D., Santucci F.M., Zanolì R. (1996), "Canali di commercializzazione e comportamenti di acquisto dei prodotti alimentari biologici in Italia", in *Atti del convegno "L'agricoltura biologica: problemi e prospettive"*, (Università degli Studi di Cassino, 17-18 maggio 1996), Edizioni Kappa, Roma, pp. 34-43.
- Mipaaf (2009), *Italian Organic Food Style. Biologico Italiano*, Buonitalia S.p.A., Roma.
- Panayotou T. (1993), *Green markets: the economics of sustainable development*, Ics Press, San Francisco.
- Santucci F.M. (1999), *Alla scoperta dei mercatini biologici*, Distilleria EcoEditoria, Forlì.
- SINAB (2009), *L'agricoltura biologica in cifre al 31/12/2008*, in www.sinab.it
- Willer H., Yuseffi M. (a cura di) (2008), *The world of organic agriculture: statics and emerging trends*, IFOAM e FIBL, Bonn e Frick.

