

IL BIOLOGICO A ROMA



Produrre e consumare diversamente



Comune di Roma



IL BIOLOGICO A ROMA

Produce e consumare diversamente

Il presente rapporto di ricerca è stato curato da Enrico Erba, Sergio Borgogno, Paolo Lumaca e Francesco Giardina. Le interviste e i questionari sono stati effettuati da Annalisa Gallucci, Alessia Cannavacciuolo, Luca Giustizi.

Si ringraziano per l'indispensabile apporto e collaborazione: Ferruccio Donati, Vincenzo Ferrante, Marco Gianni, Alessandra Spagnoli.

Un ringraziamento particolare al direttore delle Aziende Agricole del Comune di Roma, dott. Angelico Bonuccelli, per la sua pazienza e disponibilità.

Indice

Introduzione	pag.	4
Parte I – Il contesto	pag.	5
1.1 L'agricoltura biologica modello di sviluppo rurale per le campagne	pag.	5
1.2 Il ruolo delle aziende biologiche	pag.	5
1.3 La normativa comunitaria per l'agricoltura biologica	pag.	6
1.4 La diffusione del biologico nel mondo	pag.	6
1.5 Il biologico in Italia	pag.	7
1.5.1 Produrre biologico: le coltivazioni vegetali	pag.	8
1.5.2 Produrre biologico: le coltivazioni zootecniche	pag.	9
1.5.3 Il sistema di controllo e certificazione	pag.	9
1.5.4 Le etichette del prodotto biologico	pag.	10
1.5.5 Perché comprare bio: i motivi del consumo	pag.	10
1.6 Il biologico nel Lazio	pag.	12
1.6.1 Le filiere dell'agricoltura biologica nel Lazio	pag.	13
1.6.2 Dove si consuma il biologico nel Lazio	pag.	14
Parte II – La ricerca: Il biologico a Roma	pag.	15
2.1 La produzione	pag.	15
2.1.1 L'elenco regionale dei produttori biologici certificati	pag.	15
2.1.2 I dati degli Organismi di controllo	pag.	16
2.1.3 I risultati della ricerca	pag.	16
2.1.4 Le aziende agricole del Comune	pag.	20
2.2 Il commercio	pag.	21
2.3 Il consumo	pag.	22
2.4 La responsabilità sociale vista dalle imprese	pag.	24
Conclusioni	pag.	28

Introduzione

La ricerca in oggetto ha come obiettivo quello di analizzare la situazione della produzione e del consumo dei prodotti da agricoltura biologica sul territorio del Comune di Roma individuandone peculiarità e criticità. Nella prima parte del rapporto di ricerca (“Il contesto”) si affrontano questioni generali di definizione del metodo produttivo, del sistema di controllo e certificazione, di diffusione del biologico nel contesto mondiale, nazionale e regionale. Nella seconda parte (“La ricerca”) si riportano i risultati della ricerca svolta sul territorio del Comune di Roma e in particolare i risultati del censimento delle aziende biologiche e relativi approfondimenti, e i risultati dei questionari e interviste effettuati presso gli operatori commerciali e i consumatori.

L’analisi del mondo produttivo si è basata sull’elaborazione dei dati forniti dagli Organismi di controllo riguardanti le aziende romane, a cui è seguito un approfondimento effettuato attraverso una serie di incontri con le aziende più rappresentative. Particolare attenzione è stata poi dedicata alle due aziende comunali, entrambe convertite all’agricoltura biologica, per le quali vengono anche individuati i fattori critici e i possibili ambiti di sviluppo. L’analisi del mondo della distribuzione è stata effettuata con la somministrazione di un questionario ad oltre 50 negozi e botteghe del commercio equo e solidale. Mentre un secondo questionario è stato somministrato a 250 cittadini romani per analizzare il mondo del consumo.

Parte I – Il contesto

1.1 L'agricoltura biologica modello di sviluppo rurale per le campagne

L'agricoltura biologica è un modello di sviluppo sostenibile per le campagne basato sui principi di salvaguardia e valorizzazione delle risorse, rispetto dell'ambiente, del benessere animale e della salute di chi consuma: un modello, quindi, capace di indirizzare in senso ecologico i comportamenti degli operatori e dei cittadini e, in particolare, il loro approccio al metodo di produzione e al consumo.

L'agricoltura biologica rimette al centro delle decisioni aziendali il produttore, cui è affidata la gestione del territorio, compito che esalta il ruolo di utilità sociale dell'azienda agricola e integra quello di operatore economico: un operatore che deve percepire un giusto reddito e ottenere il riconoscimento, attribuito dalla collettività, per un'attività che ha un forte legame positivo con il territorio e che rispetta le chiare regole sancite dalle norme del metodo di produzione biologico.

L'agricoltura biologica garantisce l'affermazione della sovranità alimentare, restituendo un ruolo decisionale alle comunità locali che individuano in questo metodo il modello agro-ecologico volto a garantire il proprio diritto a esercitare il controllo sulle proprie risorse, per un'alimentazione sana ed equa per tutti.

L'agricoltura biologica, in quanto modello di sviluppo sostenibile, non riguarda solo la produzione alimentare, ma influisce su tutti i processi di produzione legati ai prodotti di origine agricola: dal tessile alla cosmesi, dalla detergenza alla floro-vivaistica, fino a tutti i servizi che l'azienda può offrire, quali ristorazione, ospitalità, informazione, formazione.

1.2 Il ruolo delle aziende biologiche

Le aziende biologiche:

- realizzano prodotti sani e buoni per chi li consuma e per l'ambiente in cui sono prodotti;
- valorizzano e conservano la biodiversità vegetale e animale di interesse agricolo, faunistico e botanico, anche grazie alle loro infrastrutture ecologiche;
- valorizzano e promuovono gli aspetti paesaggistici dello spazio rurale italiano;
- hanno un effetto diretto per la riduzione delle emissioni dei gas di serra, e aumentano la capacità di assorbimento di CO₂ ad opera dei sistemi agrari;
- possono essere i luoghi adatti per la produzione di energia da fonti rinnovabili: acqua, vento, sole, gas;
- promuovono l'agricoltura sociale favorendo l'integrazione nel mondo del lavoro delle categorie svantaggiate;
- applicano e promuovono relazioni contrattuali concordate tra le parti sociali e basate sui principi etici e sociali;
- promuovono i consumi locali e la filiera corta, e non danno luogo a sovrapproduzioni sussidiate che favoriscono il dumping alimentare nei Paesi del Sud del mondo;
- promuovono un modello di sviluppo equo e sostenibile praticabile in tutto il mondo, un modello che afferma la sovranità alimentare di ogni popolo e comunità.

1.3 La normativa comunitaria per l'agricoltura biologica

Nel giugno 1991, il Consiglio d'Europa ha adottato il regolamento (CEE) n.2092/91 in materia di produzione agricola biologica e della relativa etichettatura dei prodotti agricoli e delle derrate alimentari così prodotte. Tale regolamento è stato completato a più riprese: in particolare nel 1999 il Consiglio ne ha esteso il campo di applicazione anche al metodo di allevamento biologico.

Tale regolamento è il risultato di un'iniziativa intrapresa nel quadro della riforma della politica agricola comune che, dalla fine degli anni Ottanta, si è concentrata sulla promozione dei prodotti di qualità e l'integrazione della tutela dell'ambiente nell'agricoltura. Questi due obiettivi hanno offerto importanti potenzialità per lo sviluppo dell'agricoltura biologica, che aveva fino ad allora costituito un'attività marginale. Dall'entrata in vigore, nel 1992, del suddetto regolamento, decine di migliaia di aziende agricole si sono convertite al metodo di produzione biologico e questa tendenza, tuttora persistente, sembra destinata a continuare nei prossimi anni. Parallelamente, è aumentato in maniera significativa l'interesse dei consumatori e del settore commerciale per i prodotti dell'agricoltura biologica.

Adottando il regolamento CEE n.2092/91, il Consiglio ha deciso di creare un quadro comunitario che definisca nei particolari le condizioni da rispettare affinché un prodotto agricolo o una derrata alimentare possano recare un riferimento al metodo di produzione biologico.

Si tratta di una normativa piuttosto complessa che, oltre a definire un metodo di produzione agricola per i prodotti vegetali e animali, provvede a regolamentare l'etichettatura, la trasformazione, l'ispezione e il commercio dei prodotti dell'agricoltura biologica all'interno dell'Unione Europea, nonché l'importazione di tali prodotti da Paesi terzi.

1.4 La diffusione del biologico nel mondo

L'agricoltura biologica viene oggi praticata in un numero crescente di Paesi del mondo e sia la superficie coltivata, pari a 26 milioni di ettari con una crescita del 10% l'anno, che il numero di aziende sono in discreto aumento.

I Paesi con la maggiore estensione delle superfici sono risultati nel 2003 l'Australia con 11,3 milioni di ettari, l'Argentina con 2,8 milioni e l'Italia con poco più di un milione.

La percentuale di superfici biologiche sul totale di quelle agricole è più elevata in Europa rispetto al resto del mondo.

Le indicazioni statistiche che con il tempo si vanno perfezionando nei diversi Paesi indicano che nel 2003 il numero di operatori ha oltrepassato le 558mila unità, con un trend di crescita anche superiore a quello registrato per le superfici.

La forte espansione del settore a livello internazionale è accompagnata dal mercato, che nel 2003 valeva 25 miliardi di dollari (oltre 30 miliardi di euro) e ha registrato un tasso di crescita dell'8% circa rispetto al 2002, grazie all'incremento delle vendite al dettaglio, non solo nelle aree che detengono di gran lunga la maggior quota di mercato (Europa e Nord America), ma anche in numerosi Paesi degli altri continenti.

1.5 Il biologico in Italia

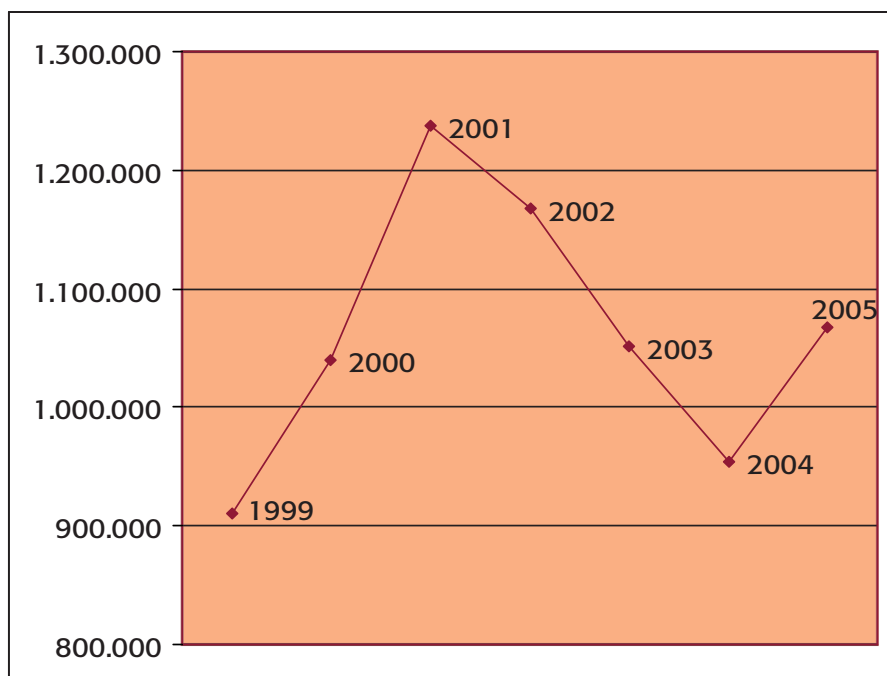
L'Italia è in testa alla classifica europea delle superfici e del numero di operatori impegnati in agricoltura biologica. I dati resi noti dal Sistema di Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica (Sinab) relativi all'anno 2005 evidenziano che in Italia si è nuovamente superata la soglia del milione di ettari coltivati secondo il metodo dell'agricoltura biologica (1.067.102 ha). Il trend relativo al numero di ettari coltivati in biologico è infatti tornato a crescere (+11%) dopo alcuni anni di decrescita.

La suddivisione delle superfici coltivate a biologico per orientamenti produttivi vede una larghissima predominanza di foraggi e prati pascoli, pari a circa il 48% del totale, seguiti da cereali (24,3%) e olivo (10%); seguono molto distaccati frutteti, vigneti, colture industriali, agrumeti e ortive, che, tutti insieme, rappresentano circa l'11%.

Anche il numero di operatori impegnati in agricoltura biologica nell'ultimo anno è tornato a crescere (+21,7%) dopo alcuni anni di diminuzione.

I 49.859 operatori registrati nel 2005 vengono così ripartiti: aziende di produzione (90% del totale operatori), aziende di trasformazione (9%), aziende di importazione (0,3%) e altri (0,7%).

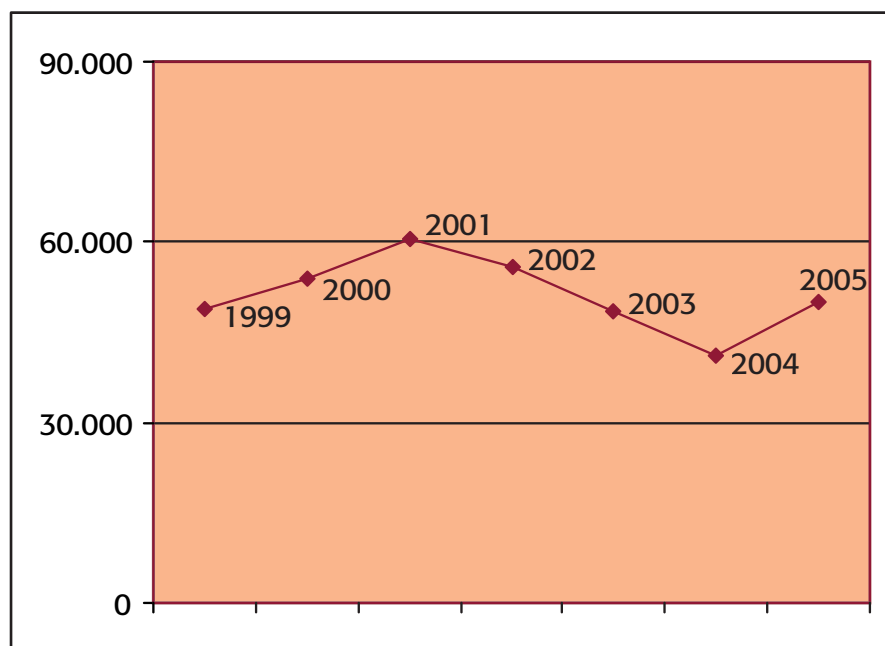
Nonostante la dimensione media delle aziende agricole biologiche sia in generale nettamente superiore a quella delle aziende del convenzionale (25 ettari ad azienda per il biologico, contro 6 ettari per il convenzionale), sono proprio le aziende di piccole dimensioni che negli ultimi anni si stanno più rivolgendo verso il biologico.



anno	SAU* totale biologico e conversione (ha)
1999	911.068
2000	1.040.377
2001	1.237.640
2002	1.168.212
2003	1.052.002
2004	954.361
2005	1.067.102

* SAU: Superficie agricola utilizzata

Fonte: www.sinab.it



anno	n. operatori bio
1999	48.989
2000	54.004
2001	60.509
2002	55.902
2003	48.473
2004	40.965
2005	49.859

Fonte: www.sinab.it

1.5.1 Produrre biologico: le coltivazioni vegetali

Nel campo della produzione vegetale l'agricoltura biologica punta soprattutto sull'accrescimento della fertilità del suolo e sulla corretta gestione dell'agroecosistema con una serie di misure quali:

- la scelta di varietà colturali adeguate al tipo di terreno e di ambiente;
- la rotazione delle colture, che favorisce un incremento di sostanze organiche e nutrienti nel terreno, riducendo i problemi di attacchi parassitari e presenza di erbe infestanti;
- l'utilizzo di fertilizzanti e concimi naturali, come letame, sfasci vari d'erba, ecc.;
- la creazione di siepi e alberi attorno ai terreni coltivati per proteggere le coltivazioni da inquinamenti esterni e per equilibrare l'agroecosistema;
- la consociazione di colture sgradite ai reciproci parassiti;
- la diffusione di predatori naturali come insetti utili;
- l'uso, in caso di malattie delle piante, di antiparassitari di origine totalmente naturale, come estratti vegetali, oli e microrganismi utili, espressamente inseriti in una "lista positiva" prevista dall'Unione Europea. In caso di necessità si possono impiegare: farina di roccia, estratti di piante o animali, minerali naturali come zolfo e rame. Anche in caso di emergenza la difesa delle colture può avvenire solo con sostanze consentite dal regolamento europeo ed espressamente autorizzate di volta in volta dall'Organismo di controllo.

1.5.2 Produrre biologico: le coltivazioni zootecniche

Il regolamento CEE 1804/99 stabilisce le modalità di allevamento, di alimentazione e di cura degli animali. Le aziende zootecniche biologiche devono avere un rapporto equilibrato tra numero di capi allevati e numero di ettari di terreno disponibili (2 unità di bestiame adulto per ettaro). I capi di bestiame devono poter disporre di spazi adeguati in stalla e all'aperto dove muoversi liberamente. L'allevamento biologico deve garantire il benessere animale, è preferibile che vengano allevate razze autoctone, adatte all'ambiente, alla stabulazione libera e resistenti alle malattie. I capi di bestiame devono essere nutriti con foraggio ed erba ottenuta con metodo biologico, preferibilmente coltivati nella stessa azienda o in quelle del comprensorio in modo da mantenere un rapporto con il territorio. I trattamenti veterinari devono seguire profilassi che prevedono l'uso di prodotti omeopatici.

Sono vietate le somministrazioni di sostanze tese ad accelerare i tempi di ingrasso o aumentare la produzione di latte, ed è vietato l'uso di qualsiasi prodotto derivato o ottenuto con Ogm.

Il benessere degli animali deve essere anche garantito con la riduzione dello stress a carico degli animali nelle fasi prossime alla macellazione, con accorgimenti relativi al sistema di trasporto, alla fase di carico e scarico, e alle operazioni di abbattimento dei capi.

1.5.3 Il sistema di controllo e certificazione

Uno dei punti di forza dell'agricoltura biologica è rappresentato dal complesso sistema di controllo e certificazione, elemento essenziale per garantire la qualità del prodotto al consumatore finale.

L'allungarsi delle filiere, infatti, e il conseguente incremento dei passaggi commerciali per far arrivare i prodotti fino alla tavola dei consumatori, causa inevitabili ripercussioni sulla fiducia dell'acquirente medio, che, sempre di più, avanza dubbi sulla effettiva qualità di ciò che acquista e consuma.

Il sistema di controllo e certificazione dell'agricoltura biologica, strutturato in modo da accompagnare il prodotto in tutti i suoi passaggi, dalla produzione alla trasformazione fino alla vendita, rappresenta proprio l'anello di congiunzione tra i diversi operatori e i consumatori in grado di garantire la tracciabilità del prodotto e quindi la sua effettiva qualità.

La regolamentazione europea stabilisce esclusivamente alcuni requisiti minimi che ogni Stato membro deve rispettare nell'implementazione dello specifico sistema di controllo.

In Italia il decreto legislativo 220 del 17 marzo 1995, attualmente in fase di revisione, ha definito una ulteriore serie di requisiti e adempimenti che i soggetti privati che intendano operare nel controllo e certificazione dell'agricoltura biologica devono essere in grado di soddisfare.

L'attività di sorveglianza sul funzionamento degli organismi privati è affidata alle Regioni con il coordinamento del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, l'autorità nazionale competente anche per tutti gli aspetti inerenti l'applicazione della normativa comunitaria, l'importazione da Paesi terzi e la gestione dei provvedimenti sanzionatori agli Organismi di controllo e agli operatori. Con frequenza almeno annuale le Regioni, in funzione dell'attività ispettiva svolta dagli Organismi di controllo, aggiornano gli elenchi regionali degli operatori che sono inseriti nel sistema di controllo.

1.5.4 Le etichette del prodotto biologico

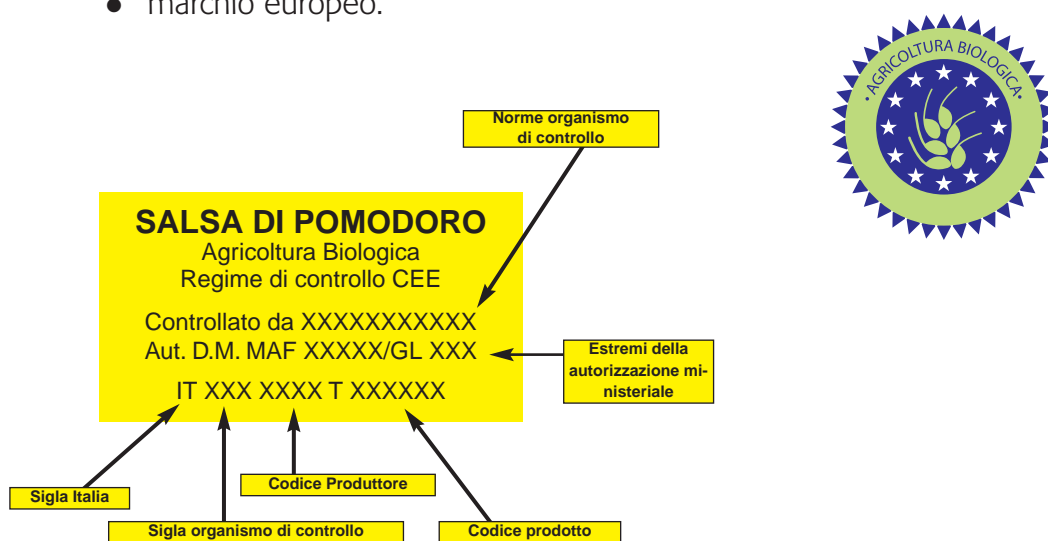
La normativa sul biologico stabilisce in maniera molto dettagliata quali sono le informazioni che devono essere utilizzate nella presentazione di un qualsiasi prodotto che faccia riferimento all'agricoltura biologica. Tali indicazioni sono ovviamente aggiuntive a quelle già obbligatorie per il rispetto delle norme sul commercio dei prodotti alimentari.

Indicazioni obbligatorie:

- riferimento al metodo di produzione: "da agricoltura biologica";
- nome dell'Organismo di controllo autorizzato ed estremi dell'autorizzazione ministeriale;
- codice dell'Organismo di controllo assegnato dal Ministero, di tre lettere precedute dalla sigla IT (se italiano);
- codice dell'azienda controllata;
- codice di autorizzazione alla stampa etichette rilasciato dall'Organismo di controllo.

Indicazioni facoltative:

- "agricoltura biologica - regime di controllo CE";
- marchio europeo.



Fonte: Biobank.it

1.5.5 Perché comprare bio: i motivi del consumo

Da un'indagine realizzata nel 2005 dall'Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (Ismea) emerge che l'acquirente tipo di prodotti bio ha un'età compresa tra i 35 e i 44 anni, un livello di istruzione medio-alto e vive in nuclei familiari con un numero di componenti compreso tra 2 e 4 e con una prevalenza di figli con meno di 18 anni.

La salute

L'attenzione alla salute, soprattutto dei propri figli, rappresenta la principale motivazione di acquisto degli alimenti biologici. Secondo l'indagine di Ismea, infatti, la gran parte dei consumatori tipo ha una particolare cura per la propria salute, pratica sport e dedica tempo alla cura del proprio corpo. Inoltre la scelta del biologico è legata a un regime alimentare particolare, spesso consigliato da medici e legato a particolari diete.

L'assenza di residui di prodotti chimici di sintesi e la particolare attenzione con cui vengono eseguiti tutti i processi produttivi per ottenere prodotti biologici offrono effettivamente maggiori garanzie in relazione alla qualità igienica e quindi una riduzione del rischio da contaminazione.

Il gusto

Da alcuni anni, l'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione (Inran) effettua studi specifici che analizzano le qualità organolettiche, chimiche e nutrizionali dei prodotti biologici anche in confronto con i prodotti convenzionali. Da queste analisi è risultato che la frutta biologica, ad esempio, ha una maggiore concentrazione di sostanze antiossidanti e una minore presenza di acqua. Ciò tende a far sì che il sapore sia più "concentrato" e intenso di quello degli analoghi prodotti convenzionali. In particolare, i prodotti biologici hanno un contenuto di polifenoli superiore rispetto ad altri e, quindi, al gusto - come analizzato nel caso delle pesche - possono risultare più saporiti, profumati e teneri.

L'ambiente

La particolare attenzione che l'agricoltura biologica pone verso l'ambiente rappresenta spesso l'elemento di soddisfazione del consumatore che acquista prodotto biologico. La consapevolezza di non causare danni all'ambiente è, infatti, spesso la molla che fa preferire il prodotto biologico a quello convenzionale.

L'agricoltura biologica, grazie alla particolare attenzione verso la fertilità del suolo e all'utilizzo esclusivo di concimi organici, non contribuisce all'inquinamento delle falde acquifere e incrementa il contenuto di sostanza organica nel terreno e quindi la sua attività vitale. Anche la scelta di applicare tecniche in grado di migliorare l'equilibrio dell'agroecosistema e la rinuncia all'uso di antiparassitari chimici di sintesi, che introducono elementi che danneggiano l'ambiente, favorisce un minore impatto dell'agricoltura biologica nei confronti di quella convenzionale.

Le peculiarità del biologico

Le motivazioni del consumo del prodotto biologico non sono però legate solo a fattori specifici. La scelta di consumare prodotto biologico e quindi di sostenere le imprese agricole e dell'agroalimentare che fanno questa scelta produttiva nasce spesso anche solo dalla voglia di partecipare a un progetto comune. Il biologico, infatti, può mettere insieme consumatori e produttori impegnati nella ricerca di un nuovo modo di condividere riflessioni e problemi, che nascono dal cibo, ma che poi si riflettono nel modo di concepire l'economia e la società.

L'incontro tra agricoltura biologica, prodotti tipici, storie e tradizioni dei luoghi di produzione del cibo nasce quindi proprio dalla ricerca di nuovi modelli di sviluppo.

1.6 Il biologico nel Lazio

Già nel 1989, con la prima legge approvata in Italia sull'agricoltura biologica (L.R. 51/1989), la Regione Lazio recepì le istanze della base produttiva e promosse lo sviluppo dell'agricoltura biologica.

La normativa regionale anticipava molti dei principi che sono alla base delle attuali norme comunitarie: definì un sistema di riconoscimento degli operatori biologici e un conseguente sistema di controllo, avviò un percorso di sperimentazione, divulgazione e assistenza tecnica con l'obiettivo di definire disciplinari di produzione univoci, incentivò la promozione e lo sviluppo del mercato dei prodotti biologici. Nel 1993, ultimo anno di applicazione della legge, si contavano circa 180 aziende biologiche riconosciute.

Nel 1998 viene approvata la legge regionale 21/98 che recepisce quanto già fissato dalla normativa comunitaria e nazionale per la regolamentazione del settore e viene pubblicato il primo Albo regionale degli operatori biologici con 1.825 iscritti.

Negli anni a seguire la tendenza si è mantenuta positiva sino a raggiungere nel 2005 il totale di 2.808 operatori (tra cui 2.532 produttori e 254 preparatori) con un leggero incremento anche rispetto ai dati del 2004. In questo sviluppo hanno sicuramente inciso le politiche di sviluppo rurale attuate dalla Regione Lazio con il Programma Regionale Agroambientale, attuativo del regolamento CEE 2078/92 prima, e con il Piano di sviluppo rurale 2000-2006 poi.

Tuttavia, negli ultimi anni, dopo una crescita repentina del settore, si sta assistendo a un processo di consolidamento sia a livello nazionale che regionale. Il trend di crescita ha portato la regione Lazio al settimo posto a livello nazionale per numero di aziende attive nel 2005, con una superficie agricola utilizzata (Sau) pari a circa il 7,5% di quella coltivata in biologico in Italia.

Le aziende biologiche in realtà rappresentano appena l'1,4% di quelle censite in regione nel 2000, ma la Sau biologica negli ultimi anni ha progressivamente raggiunto una incidenza di tutto riguardo attestandosi, nel 2004, quasi al 10% della Sau regionale censita nel 2000.

Numero operatori biologici Regione Lazio - 2004													
Provincia	Prod. BIO	di cui zoot	Prod. MISTI	di cui zoot	Prod. CNV	di cui zoot	Prod.	di cui zoot	Trasf.	Racc.	TOTALE	N. AZ TOT (ISTAT)	Az. Bio su Tot.
FR	105	8	4	0	46	5	155	13	22	1	178	59.549	0,26%
LT	181	7	27	0	55	10	263	17	52	0	315	35.853	0,73%
RI	537	54	9	3	216	53	762	110	17	0	779	21.168	3,60%
RM	303	65	124	13	83	22	510	100	95	1	606	59.951	0,85%
VT	759	167	140	41	386	106	1285	314	107	0	1392	38.144	3,37%
Reg. LAZIO	1885	301	304	57	786	196	2975	554	293	2	3.270	214.665	1,39%

Fonte: Regione Lazio - Dir. Reg. Agricoltura.

Coltivazioni e allevamenti Regione Lazio - 2004											
Provincia	SAU in biologico	SAU in convers.	SAU (BIO+CNV)	Sup. CNVZ	SAU totale	Sup. Totale	SAU TOT (ISTAT)	SAU bio su tot reg	UBA bio	UBA cnvz	API
FR	322,76	561,88	884,64	3,34	887,98	1.072,51	122.282,83	0,72%	192	296	255
LT	1.561,48	2.440,92	4.002,40	416,42	4.418,82	5.702,89	92.936,90	4,31%	1.676	240	354
RI	4.836,52	4.819,61	9.656,13	83,70	9.739,83	13.659,95	105.172,35	9,18%	5.774	368	16
RM	7.491,98	12.547,03	20.039,01	1.857,30	21.896,31	40.141,19	193.493,74	10,36%	38.109	1.864	1.033
VT	12.441,56	24.419,61	36.861,17	1.546,43	38.407,60	56.797,30	210.438,98	17,52%	25.103	3.587	1.130
Reg. LAZIO	26.654,30	44.789,05	71.443,35	3.907,19	75.350,54	117.373,84	724.324,80	9,86%	70.854	6.355	2.788

Fonte: Regione Lazio - Dir. Reg. Agricoltura.

Legenda:

Prod. BIO:	Produttori Bio	Zoot.:	Zootecnici
Prod. MISTI:	Produttori misti	Prod. CNV:	Produttori in conversione
Trasf.:	Trasformatori	Racc.:	Raccoglitori
CNV:	Conversione	CNVZ:	Conversione zootecnia
UBA:	Unità di Bestiame Adulto		

Sussistono però differenze notevoli nelle diverse realtà provinciali. Si passa dalla bassissima incidenza che il settore ricopre a Frosinone e a Latina, sino alla notevole rilevanza che invece va sempre più assumendo a Roma e Viterbo che da sole raccolgono oltre l'80% della Sau biologica regionale e quasi il 90% delle unità di bestiame adulto (Uba) allevate secondo le prescrizioni dettate dalla normativa.

1.6.1 Le filiere dell'agricoltura biologica nel Lazio

La produzione ortofrutticola regionale, che risulta molto concentrata nella provincia di Latina, non riesce a esprimere tutte le sue potenzialità con l'applicazione del metodo di agricoltura biologica. A Latina viene, infatti, destinato all'agricoltura biologica solo il 4% della Sau provinciale, anche se in questa area si concentra la quota più significativa di aziende biologiche che etichettano i propri prodotti come da agricoltura biologica rispetto al totale degli operatori biologici laziali. Questo significa che le aziende biologiche dell'area risultano certamente quelle con un maggiore legame con il mercato dei prodotti biologici. Diverse, infatti, sono le esperienze di imprese che hanno sviluppato nel tempo rapporti commerciali con operatori italiani ed esteri per la distribuzione di prodotto biologico.

Anche le altre province risultano diversamente strutturate rispetto alla commercializzazione di prodotto biologico. Viterbo si caratterizza per una notevole attività commerciale di frutta in guscio, leguminose e vino, con la presenza di operatori commerciali che vantano attività in ambito nazionale ed internazionale. Roma presenta, invece, un'attività commerciale legata in particolare ai comparti dei cereali, della carne e del latte. A Rieti esistono delle esperienze significative, anche se non di notevoli dimensioni, nella filiera dell'olio di oliva. Mentre la provincia di Frosinone, al contrario delle altre, con una presenza di agricoltura biologica molto limitata, non evidenzia filiere particolarmente strutturate.

È inoltre importante sottolineare che le dimensioni medie aziendali delle imprese che fanno agricoltura biologica in regione, come anche registrato a livello nazionale, sono di gran lunga superiori a quelle convenzionali (22 ha circa per le aziende bio, contro 3,4 ha per le aziende convenzionali).

Questo elemento potrebbe garantire un migliore approccio con il mercato, facilitando l'aggregazione dell'offerta in aziende di adeguate dimensioni.

1.6.2 Dove si consuma il biologico nel Lazio

Come per molti differenti prodotti non solo dell'agroalimentare, nella città di Roma si concentrano spazi di commercializzazione di enormi dimensioni.

In particolare, per quel che riguarda la diffusione dei prodotti biologici, pesano notevolmente i 140mila pasti al giorno che le mense del Comune di Roma forniscono a tutti i bambini della capitale. Infatti, secondo quanto stabilito da una delibera del Comune e dal seguente bando per l'approvvigionamento, questi pasti devono essere ottenuti principalmente da prodotti certificati dell'agricoltura biologica.

Inoltre la rete di negozi, specializzati e non, che quotidianamente offrono ai consumatori prodotti biologici, freschi e trasformati, sta raggiungendo dimensioni importanti, favorendo per i consumatori romani la possibilità di acquistare agevolmente in ogni parte della città prodotti biologici.

Rispetto ai circa 1000 negozi che vendono prodotti dell'agricoltura biologica censiti in Italia, circa 150 sono presenti nella sola città di Roma e molti sono anche i supermercati che offrono spazi, corner o semplicemente prodotti da agricoltura biologica.

Ulteriore elemento che qualifica l'offerta di prodotto biologico nella città di Roma è il fenomeno della filiera corta. Molti produttori agricoli biologici sono, infatti, impegnati nell'allestimento di punti vendita in azienda o presso mercati rionali o si sono strutturati per organizzare forme alternative di commercializzazione per il rifornimento di gruppi di acquisto. Anche tale fenomeno nella capitale sta assumendo dimensioni di tutto riguardo, dal momento che coinvolge settimanalmente più di 1000 famiglie romane.

Parte II – La ricerca: Il biologico a Roma

2.1 La produzione

Come è noto Roma è il comune europeo con la superficie agricola più estesa, circa 52mila ettari, un primato rimasto invariato nonostante l'espansione degli insediamenti abitativi e commerciali degli ultimi decenni, e ciò grazie alle politiche di mantenimento e valorizzazione delle aree verdi e agricole. Di questa superficie ben 37mila sono gli ettari di superficie agricola utilizzata.

La prima fase della ricerca è stata dedicata al reperimento di informazioni e dati presenti tra quelli disponibili in sede istituzionale, prime fra tutte le informazioni contenute nel già citato Albo regionale dei produttori biologici certificati. A partire da questo documento ufficiale è stato ricavato un primo elenco dei produttori operanti nel comune di Roma. Questo elenco è poi stato incrociato con le informazioni ottenute dagli Organismi di controllo del biologico. In una terza e ultima fase, della quale si riferisce in un capitolo a parte, è stato isolato un campione di aziende a cui rivolgere un questionario più dettagliato riguardante la produzione ma soprattutto da cui ottenere alcune informazioni relative al livello di responsabilità sociale nel settore agricolo.

2.1.1 L'elenco regionale dei produttori biologici certificati

L'elenco regionale degli operatori dell'agricoltura biologica è stato costituito e viene tuttora aggiornato dall'Ufficio competente della Direzione Regionale Agricoltura. Si articola in diverse sezioni:

- "sezione produttori", suddivisa nelle sottosezioni "produttori biologici", "produttori in conversione" e "produttori misti", che rispettivamente riguardano i produttori già certificati, i produttori appena iscritti al sistema di produzione biologico e non ancora certificati e i produttori che coltivano nella propria azienda sia terreni certificati biologici sia terreni coltivati in convenzionale;
- "sezione preparatori", che include tutte le ditte e gli operatori appartenenti a settori economici diversi dalla produzione agricola (artigianato e commercio);
- "sezione importatori", riservata alle imprese che importano prodotti certificati provenienti da Paesi terzi.

L'elenco contiene, infine, una sezione riservata alle aziende che almeno in parte effettuano la raccolta di prodotti spontanei.

La realizzazione dell'indagine sulle aziende di produzione non è stata agevole, perché le informazioni presenti nell'Albo regionale, per motivi tecnici, sono aggiornate a circa due anni fa (al momento della rilevazione l'ultima revisione completa risale al 2006). L'elenco contiene solo l'indirizzo delle aziende e non è quindi possibile estrapolare dati relativi alle diverse produzioni. Inoltre, per motivi di privacy, la banca dati non contiene i numeri di telefono delle aziende. Questi elementi rendono estremamente difficile giungere all'individuazione e caratterizzazione statistica delle aziende agricole biologiche del comune di Roma, tramite le fonti di informazioni istituzionali e disponibili on line. Malgrado ciò, l'Albo regionale rimane, ovviamente, il documento ufficiale di riferimento per le aziende agricole biologiche certificate e perciò deve costituire la base di ogni ricerca inerente al settore.

2.1.2 I dati degli Organismi di controllo

I dati più aggiornati e attendibili sulla situazione delle aziende agricole certificate biologiche sono contenuti nelle banche dati degli Organismi di controllo autorizzati dal Ministero delle Politiche Agricole. Tuttavia, per motivi di privacy, questi dati non sono disponibili in una forma e secondo un dettaglio tali da poter essere archiviati ed elaborati dal punto di vista statistico. A ciò va aggiunto che si tratta di dati in continua variazione per via delle nuove aziende che entrano nel sistema, di quelle già presenti che chiedono variazioni in aumento o in diminuzione della Sau oggetto di certificazione e di altre ancora che recedono o vengono escluse dal sistema di produzione con metodo biologico, per citare solo alcuni degli esempi più comuni. Inoltre gli stessi Organismi di controllo, spesso oberati di lavoro, hanno oggettive difficoltà ad aggiornare in tempo reale la situazione delle aziende presenti in un determinato comune o in una zona ristretta del territorio nazionale. Infatti le banche dati sono gestite da un unico centro nazionale, che non riesce a scaricare automaticamente i dati di un luogo specifico. E infine ogni singolo Organismo di controllo opera con sistemi di elaborazione dei dati diversi dagli altri, il che non facilita il reperimento e l'omogeneizzazione dei dati, nella fase sia di rilevamento che di elaborazione.

Questo quadro sintetico può dare una piccola idea delle difficoltà di fronte a cui ci si trova quando si cercano dati sulla produzione agricola biologica. E soprattutto può dare un'idea delle difficoltà con cui deve misurarsi una ricerca su questo settore, che richiede per questo motivo un periodo di realizzazione piuttosto lungo e che, una volta terminata, rischia di risultare già obsoleta.

Premesso questo, e nonostante gli ostacoli che si ponevano di fronte, abbiamo comunque cercato di portare a termine le rilevazioni e da queste abbiamo provato a trarre alcuni dati e alcune considerazioni che fossero il più precise ed esaurienti possibile.

2.1.3 I risultati della ricerca

Complessivamente sono state censite e analizzate, secondo diversi livelli di approfondimento, 54 aziende agricole certificate biologiche i cui terreni sono situati all'interno del comune di Roma. Pur non essendovi la certezza di aver censito la totalità delle aziende operanti nel territorio comunale, le verifiche e gli incroci effettuati sui dati, oltre alle informazioni e opinioni raccolte tra gli operatori e i tecnici degli Organismi di controllo, fanno ritenere di essere molto vicini al censimento totale e di aver sostanzialmente raggiunto l'obiettivo che ci si era proposti in fase di impostazione della ricerca.

Rispetto al quinto censimento generale dell'agricoltura del 2000, che rileva nel comune di Roma 44 aziende agricole biologiche, vi è stato dunque un aumento in valore assoluto di 10 aziende, pari al 123% in termini percentuali. Ponendo che, rispetto al censimento del 2000, il numero di aziende agricole totali presenti nel comune sia rimasto pari a 1.849, avremmo che l'incidenza delle aziende biologiche sul totale è aumentata, anche se in modo quasi trascurabile, passando dal 2,3% al 2,9%.

Dal punto di vista metodologico le aziende sono state analizzate facendo riferimento:

- al numero di aziende attualmente operanti, distinte per singolo ordinamento colturale;
- alla superficie agricola coltivata, sempre distinta per ordinamento colturale;

- al livello di responsabilità sociale attualmente esistente, riportata in un capitolo a parte, e analizzata secondo alcuni parametri di valutazione definiti in appositi questionari e somministrati a un campione rappresentativo delle aziende censite.

Gli ordinamenti produttivi

Le 54 aziende censite operano su tutta la superficie del comune e coprono quasi interamente i vari comparti e ordinamenti produttivi oggi più diffusi in agricoltura. In particolare, lo studio ha rilevato che gli ordinamenti produttivi maggiormente presenti nel comune di Roma, calcolati e analizzati in relazione al numero di aziende agricole, sono la coltivazione di erbai o foraggere a uso zootecnico e la cerealicoltura. Seguono le aziende zootecniche specializzate e, a maggiore distanza, le aziende con produzione vegetale a indirizzo orticolo, olivicolo, viticolo, frutticolo (intendendo con questo termine la produzione esclusiva di frutta fresca).

Gli allevamenti animali sono di norma abbinati, per esigenze tecnico-economiche, alla coltivazione in azienda di cereali e foraggi. In questo senso, quando la produzione cerealicola e foraggera aziendale è legata in modo quasi esclusivo al sostentamento del bestiame, le aziende sono state definite come aziende zootecniche specializzate. Sono tuttavia abbastanza frequenti le aziende a ordinamento colturale misto, con presenza di coltivazioni orticole e frutticole che integrano la produzione zootecnica.

In questo senso, l'analisi delle aziende agricole dal punto di vista quantitativo non può prescindere dall'aspetto della specializzazione produttiva. Pertanto, le aziende censite sono state distinte in tre diverse sezioni o gruppi:

- aziende a ordinamento colturale unico o quasi esclusivo (specializzate);
- aziende a sola produzione vegetale ma con ordinamento colturale misto;
- aziende con ordinamento colturale misto zootecnico-vegetale.

Complessivamente le aziende a ordinamento colturale specializzato sono 21, pari al 39% del totale, con netta prevalenza di aziende cerealicole e foraggere (che insieme rappresentano il 43% delle specializzate), seguite dalle zootecniche (19%), dalle frutticole (14%) e dalle olivicole, orticole, viticole, queste tre ultime tutte con incidenze percentuali inferiori al 10%.

Le aziende con produzione vegetale e ordinamento colturale misto, sono complessivamente 25 pari al 46% del totale e al 76% di quelle miste. Sono state suddivise in relazione alla complessità delle produzioni aziendali e in base a questo parametro sono state individuate due tipologie:

- aziende ad ordinamento colturale meno complesso (ad esempio orticolo-frutticolo);
- aziende maggiormente differenziate, costituite da ordinamento colturale con tre o più colture distinte (ad esempio orticolo, cerealicolo e foraggero).

Nel primo caso sono stati individuati quattro gruppi principali di ordinamenti culturali aziendali: cerealicolo-foraggero, orticolo-frutticolo, frutticolo misto (intendendo con questa definizione le aziende che coltivano olivicoltura e/o viticoltura insieme a specie da frutto per il consumo fresco) e olivicolo-viticolo. In questo raggruppamento le aziende cerealicole-foraggere sono largamente preponderanti (il 53% delle aziende incluse nel primo gruppo

e il 32% delle miste, incluse le zootecniche-vegetali) seguite a distanza dalle orticolo-frutticole.

Nel secondo caso sono state individuate due suddivisioni caratteristiche, costituite da aziende orto- frutticolo-cerealicole (Ofc) e aziende orto-frutticolo-cerealicolo-foraggere (Fcf). In questo gruppo prevalgono anche se di misura le Fcf, che rappresentano le aziende a ordinamento colturale più differenziato e difficile da identificare, perché contengono al loro interno 4 tipologie produttive ben distinte.

In ragione di questo fatto abbiamo cercato di analizzare la composizione e la produzione prevalente delle aziende Fcf, individuando una maggiore presenza di produzione cerealicola su quella foraggiera, orticola e frutticola.

Le aziende a ordinamento colturale misto zootecnico-vegetale sono invece 8 e in percentuale rappresentano il 24% delle aziende miste e il 15% delle aziende bio operanti nel comune di Roma. Si tratta di aziende all'interno delle quali, oltre alla evidente presenza di foraggere ed erbai per l'alimentazione degli animali, prevale nettamente la cerealicoltura, seguita a grande distanza da olivo e ortaggi.

I dati sulla Sau

Le rilevazioni sulle 54 aziende censite hanno mostrato, come si diceva, un panorama molto variegato di settori, comparti e processi produttivi agricoli, la cui differenziazione deriva direttamente dalla ricchezza e dall'ampiezza dell'agro romano, soprattutto dal punto di vista ambientale e geopedologico.

La superficie agricola utilizzata complessiva risultante dalle rilevazioni è pari a circa 4.585 ettari, che in rapporto ai 37.042 ettari presenti nel comune di Roma (Censimento Istat Agricoltura) equivale al 12,4% del totale. Un valore comunque superiore alla media regionale (10%) e nazionale (7%), che sottolinea ancora una volta, anche per quanto riguarda il settore specifico della produzione biologica, l'importanza dell'agricoltura nel comune di Roma. Alla Sau vanno poi aggiunti circa 1000 ettari di bosco e incolti che appartengono quasi esclusivamente all'azienda Castel di Guido, gestita dal Comune capitolino.

La Sau è stata analizzata in relazione ai settori di produzione più comuni e agli ordinamenti colturali individuati nelle aziende rilevate. Da questa analisi risulta che il settore produttivo agricolo più diffuso all'interno del comune di Roma è la coltura delle foraggere (che riuniscono insieme medicaie ed erbai vari di leguminose e graminacee) coltivate su una Sau pari a circa 2944 ettari (64% del totale). Di seguito troviamo i cereali con 848 ettari (18%) e i prati pascoli, che occupano circa 628 ettari (14%). Seguono a grande distanza le colture più intensive, orticole e frutticole, tra le quali prevale l'olivicoltura (poco più di 65 ettari pari a circa l'1,4%) e l'orticoltura, la viticoltura e la frutticoltura, che presentano superfici agricole ancora inferiori.

Quanto alla dimensione media degli appezzamenti aziendali dei singoli settori, le superfici rilevate sono state analizzate in relazione agli ordinamenti colturali delle aziende, di cui è stato detto nel paragrafo precedente. A tale riguardo è necessario considerare che, a causa della presenza di aziende miste, nell'analisi della dimensione media degli appezzamenti aziendali per settore e ordinamento colturale alcune aziende sono state conteggiate due o più volte e pertanto il numero complessivo delle aziende non coincide con quanto rilevato nei capitoli precedenti.

La coltivazione di specie da foraggio e/o destinate all'alimentazione animale è presente in 47 aziende, con una Sau aziendale media superiore a 62 ettari. Questo dato ci consente di dire che nel comune di Roma le

foraggiere primeggiano sia per il numero assoluto di aziende che le coltivano sia per la Sau media aziendale e totale. L'affermazione non è scontata perché il raffronto non riguarda soltanto le colture ortofrutticole intensive, ma anche i prati pascoli, che sono presenti in 18 aziende con una Sau media per azienda pari a circa 35 ettari.

La coltivazione dei cereali è stata, invece, rilevata in 34 aziende, con una Sau aziendale media pari a 25 ettari. La variazione delle superfici cerealicole coltivate nelle aziende biologiche romane è estremamente ampia (da 0,5 a 135 ettari), il che denota la coesistenza di aziende molto piccole a dimensione familiare accanto a imprese agricole molto ampie e strutturate. Sempre rimanendo nel settore cerealicolo, il caso del frumento duro è stato analizzato a parte, rilevandone la presenza in 24 aziende per una Sau totale pari a 656 ettari. Anche nel caso frumento duro esiste una forte variazione delle superfici agricole utilizzate: da 1,6 a 135 ettari, con una media pari a 27 ettari.

Focalizzando ora l'attenzione sulle superfici investite a olivo, vite, ortaggi e frutta per il consumo fresco, emerge che, se dal punto di vista dell'estensione queste coltivazioni sono indubbiamente meno importanti, la loro incidenza sull'economia agricola del comune si basa soprattutto sulla loro capacità di condizionare i suoi consumi e di porsi al centro di filiere corte basate sulla vendita diretta. Vedremo, infatti, come queste tipologie di commercializzazione dei prodotti stiano in questi anni raggiungendo un'enorme importanza soprattutto nei pressi delle più grandi aree urbane. Il caso di Roma, da questo punto di vista, è assolutamente esemplare ed è peraltro unico nel Centro Sud per il numero di famiglie o consumatori e di fatturato che riesce ad attirare. Ogni qualvolta si parla di filiera corta e di vendita diretta, che si tratti di rifornire dei gruppi di acquisto o di organizzare dei mercati di vendita diretta, la presenza di una gamma ampia e quantitativamente importante di prodotti ortofrutticoli, di vino e di olio è essenziale per la buona riuscita di ogni iniziativa. Per questo motivo, malgrado in termini di superficie coltivata, numero di aziende e quantità di prodotto questi settori siano piuttosto marginali nell'ambito del contesto analizzato, la loro importanza è quantomeno uguale, se non maggiore, quando consideriamo il problema della commercializzazione.

Il settore olivicolo si presenta con una superficie agricola complessiva di poco superiore a 65 ettari, distribuiti su 16 aziende con una Sau media pari a 4 ettari. La tipologia delle superfici aziendali è varia, ma più spostata su superfici medio piccole. Troviamo, infatti, una sola azienda molto grande (40 ettari), mentre sono 13 le aziende (l'81% del totale) che presentano una Sau inferiore a 2 ettari.

Meno diffusa è la vitivinicoltura: le aziende biologiche sono 7 e sviluppano complessivamente una superficie agricola pari a circa 33,5 ettari, con una sola azienda che copre quasi la metà della Sau totale e 3 (47%) che non arrivano a 0,5 ettari. Di poco superiore è l'incidenza dell'orticoltura, che è presente in 9 aziende e sviluppa 37 ettari di superficie agricola utilizzata, con una gamma di estensioni che variano da 0,14 fino a 19,5 ettari, e una superficie media aziendale pari a 4 ettari. Vi è infine la frutticoltura da consumo fresco che presenta un'estensione totale pari a circa 29 ettari distribuiti su 11 aziende, con superfici aziendali anche molto esigue (il minimo censito è pari a 0,07 ettari che corrispondono a 700 mq) e solo 2 aziende (25%) più strutturate, con Sau superiore a quella media che si attesta sui 3 ettari. Tuttavia, pur costituendo il fanalino di coda nel contesto romano delle produzioni vegetali, la frutticoltura presenta un'importanza e una richiesta da parte dei consumatori non di certo inferiore a quella dei settori produttivi appena esaminati.

2.1.4 Le aziende agricole del Comune

Il Comune di Roma è titolare della gestione di due aziende agricole: quella di Castel di Guido (circa 2mila ettari) e quella della Tenuta del Cavaliere (circa 400 ettari). In questo paragrafo ci soffermeremo sul ruolo che le due aziende possono svolgere all'interno delle politiche di sviluppo locale dell'agro romano e in particolare sulla filiera del biologico nel comune e nella provincia di Roma, ed effettueremo alcune considerazioni relative alle opportunità e alle problematiche ad esse direttamente collegate.

Va tuttavia premesso che non è nostro compito analizzare l'attuale situazione produttiva e operativa delle aziende sul mercato locale e nazionale, determinata nel tempo da alcuni vincoli oggettivi, tra cui la lunghissima procedura del passaggio di proprietà delle aziende dalla Regione al Comune, tuttora non conclusa, e una modalità di gestione amministrativa troppo legata e vincolata alle normali procedure burocratiche degli uffici comunali, anche per le questioni più comuni come l'acquisto dei materiali e mezzi tecnici che sono necessari quotidianamente per il normale e regolare funzionamento del processo produttivo di un'azienda agricola.

Al di là quindi di queste questioni, che insieme ad altre sono essenziali e prioritarie per fornire alle aziende comunali un'operatività tale da renderle economicamente remunerative, ci sembra importante sottolineare alcuni aspetti positivi e alcune prospettive di sviluppo, viste nell'ottica che guida questo lavoro di indagine: lo sviluppo locale e la responsabilità sociale.

Da questo punto di vista il ruolo che le aziende possono assumere in un futuro prossimo, speriamo nel breve periodo, rappresenta un anello di congiunzione importantissimo tra le piccole aziende operanti nel territorio romano e alcune prospettive di mercato che, da diversi punti di vista, si aprono in modo sempre più concreto soprattutto in ambito locale.

Gli elementi che vorremmo mettere in risalto, e che ci sono tra l'altro stati confermati e/o suggeriti da diversi imprenditori della filiera agroalimentare contattati durante l'indagine, sono:

- l'azienda di Castel di Guido come centro per il finissaggio dei bovini da carne;
- l'azienda di Castel di Guido come centro per la trasformazione e valorizzazione del latte proveniente dall'agro romano;
- la concreta possibilità di introduzione di elementi innovativi per la valorizzazione delle aziende e delle loro potenzialità, in termini di multifunzionalità e attività connesse con l'agricoltura;
- la necessità di sviluppare un legame più stretto tra la potenzialità produttiva delle aziende e la domanda del mercato locale, in modo particolare per quei canali che possono essere direttamente collegati a una strategia di programmazione tutta interna all'Amministrazione del Comune di Roma, come ad esempio le mense scolastiche.

In tutti questi casi le aziende del Comune possono rappresentare un'opportunità di sviluppo locale e di reddito per l'Amministrazione ben diversa da quella attuale, con una realtà che nel caso peggiore porterebbe a una diminuzione del costo di gestione delle aziende, mentre nel caso migliore potrebbe portare a un bilancio positivo anche dal punto di vista della gestione economica.

Nei primi due casi, e in modo indiretto per quanto riguarda la necessità di sviluppare un legame più stretto

tra le aziende e il mercato locale, la funzione di centro di riferimento delle aziende comunali potrebbe assumere un ruolo decisivo anche per lo sviluppo agricolo dell'agro romano. Relativamente al finissaggio dei bovini da carne e alla valorizzazione del latte, invece, va sottolineato l'essenziale servizio in conto terzi effettuato attraverso la caseificazione e produzione di prodotti tipici e tradizionali appartenenti alla millenaria cultura enogastronomica di Roma.

Per i piccoli produttori operanti sul territorio romano, che ogni giorno sono costretti a svendere il loro prodotto per carenza di strutture aziendali, questo potrebbe costituire un'opportunità sia per conferire il loro prodotto a un prezzo giusto sia per collocarlo sul mercato a un prezzo più vantaggioso.

Da evidenziare, infine, l'esempio che le aziende comunali potrebbero portare, in termini di introduzione delle attività connesse all'agricoltura: ospitalità in spazi di agriturismo o strutture dedicate, attività didattiche, eventi ricreativo-culturali, organizzazione di circuiti di turismo responsabile legati alla storia e alle attività economiche presenti sul territorio dell'agro romano, troppo spesso escluso dall'enorme flusso turistico che investe ogni giorno le più note attrazioni storico-archeologiche e artistiche che caratterizzano la città di Roma.

2.2 Il commercio

Il principale canale di vendita dei prodotti biologici nella Capitale è rappresentato dalla rete di negozi, specializzati e non, che offre ai consumatori prodotti freschi e trasformati, favorendo la possibilità per i consumatori romani di rifornirsi agevolmente in ogni parte della città. Rispetto agli oltre 1000 negozi che commercializzano prodotti dell'agricoltura biologica censiti in Italia, circa 150 sono presenti nella sola città di Roma. Molti sono anche i supermercati che offrono spazi, corner o semplicemente prodotti da agricoltura biologica.

La ricerca ha coinvolto, con interviste mirate e la somministrazione di uno specifico questionario, 50 esercizi commerciali specializzati (negozi del biologico e botteghe del commercio equo e solidale). Le dimensioni degli esercizi censiti è per il 70% inferiore ai 100 mq, mentre il restante 30% non supera in nessun caso i 200 mq. Riguardo alla tipologia dei prodotti in vendita, il 34% degli esercizi commercializza in prevalenza prodotti locali e tradizionali, il 32% soprattutto prodotti di provenienza nazionale e il 33% di provenienza estera (in questo caso rientrano soprattutto le botteghe del circuito del commercio equo e solidale).

I titolari degli esercizi commerciali sono poi stati interrogati sulla percezione che hanno delle sensibilità della loro clientela rispetto alle diverse tipologie di prodotti. Riguardo ai prodotti tipici il 49% definisce tale sensibilità elevata o buona, il 31% media e il restante 20% bassa o nulla. Inoltre, il 69% considera la sensibilità della propria clientela verso i prodotti biologici elevata o buona, il 18% media e il restante 13% bassa o nulla.

L'indagine ha poi cercato di fare luce sulle modalità di approvvigionamento dei prodotti: per i 2/3 degli esercizi censiti è lo stesso titolare a occuparsi del rapporto con i fornitori, mentre nel restante 1/3 dei casi questo compito viene delegato a un dipendente. In nessun caso sono previste figure esterne all'esercizio commerciale. Il 55% degli intervistati ha dichiarato di aver fatto esperienze di fornitura diretta da aziende agricole e al riguardo il 25% ha evidenziato problematiche relative alla scarsa qualità dei prodotti, il 31% problematiche relative alle quantità limitate, il 31% ha segnalato il problema dei prezzi che restano comunque alti e il restante 13% problemi legati alla discontinuità nelle forniture. Resta comunque alta la disponibilità dei titolari degli eser-

cizi a fornirsi direttamente dalle aziende agricole e infatti, a precisa domanda, oltre 2/3 degli intervistati manifesta un forte interesse.

Riguardo alla formazione del prezzo, ed escludendo i prodotti per i quali le aziende fornitrici impongono il prezzo finale per il pubblico (circa il 20% del volume complessivo dei prodotti in vendita), i titolari degli esercizi segnalano un ricarico medio superiore al 30%. È importante però segnalare che a questa precisa domanda sui ricarichi praticati oltre 1/3 degli intervistati ha preferito non rispondere.

2.3 Il consumo

Sul fronte della domanda la ricerca ha riguardato oltre 250 cittadini romani a cui è stato somministrato un questionario con l'obiettivo di delineare un quadro sociologico delle motivazioni che spingono o meno al consumo di prodotti biologici. Pur trattandosi di un campione non stratificato sulla base del sesso e dell'età, riteniamo di essere riusciti ad avere comunque un quadro abbastanza veritiero della popolazione che si reca a fare la spesa alimentare. Le interviste hanno coinvolto in prevalenza donne (60%) e riguardo all'età sono state rappresentate tutte le fasce dai 18 anni in su, di cui la metà circa nella fascia compresa tra i 30 e 50 anni, il 20% under 30 e il 30% over 50. Quanto alla composizione del nucleo familiare, gli intervistati rappresentano per il 16% single, per il 25% coppie, per il 17% nuclei composti da tre persone e per il restante 42% nuclei con più di tre persone.

Per quanto riguarda invece le fasce di reddito le persone intervistate risultano così suddivise: il 13% ha dichiarato un reddito mensile inferiore a 1000 euro, il 26% un reddito compreso tra 1000 e 2mila euro, il 34% un reddito compreso tra i 2mila e i 3mila euro e il 27% un reddito superiore ai 3mila euro mensili. Il 16% del campione ha dichiarato, inoltre, una spesa mensile media per l'alimentazione inferiore ai 250 euro, il 47% una spesa compresa tra i 250 e i 500 euro, il 32% una spesa compresa tra i 500 e i 1000 euro e il restante 5% superiore ai 1000 euro mensili.

Entrando nel merito dell'indagine, il 64% degli intervistati ha dichiarato di acquistare prodotti da agricoltura biologica, contro il 36% che ha invece dichiarato di non acquistarli. La domanda sul perché non si acquistano i prodotti biologici consentiva risposte multiple, ma a ricevere maggiori consensi è stata quella legata al fattore prezzo: il 90% ha infatti scelto la risposta "i prezzi sono troppo elevati", seguito dal 72% che ha dichiarato "non è facile trovare chi li vende" e dal 58% che ha affermato "non li compro per abitudine". Poche invece le risposte scelte come motivazione al non acquisto relative alla credibilità del sistema del biologico e alla qualità dei suoi prodotti: "non mi fido" (20%), "i prodotti biologici non sono buoni" (4%), "non credo nel biologico" (1%). Passiamo ora ad analizzare le motivazioni di chi invece ha dichiarato di acquistare prodotti biologici. Innanzitutto è stato chiesto agli intervistati di specificare se si trattava di acquisti occasionali o continuativi e poi di quantificare il peso percentuale della spesa biologica sul complesso della spesa alimentare. Alla prima domanda 2/3 del campione ha risposto che si tratta di acquisti occasionali e il restante terzo ha dichiarato di acquistare prodotti biologici in modo continuativo. Alla seconda domanda in cui si chiedeva di indicare il peso percentuale della spesa bio, il 27% ha risposto meno del 5% del valore globale della spesa alimentare, il 19% tra il 5 e il 10%, il 25% tra il 10 e il 20% e, infine, il 29% ha indicato oltre il 20% di spesa biologica sul totale. Alla richiesta di indicare quali, tra una serie di argomenti elencati, fossero i fattori più importanti che motiva-

vano l'acquisto dei prodotti biologici gli intervistati hanno risposto in ordine decrescente nel seguente modo: "la genuinità", "la salute mia e dei miei familiari", "il cambiamento di stile di vita", "la salute di tutti gli uomini e dell'ambiente". Fattore in qualche modo critico anche per chi acquista con una certa regolarità prodotti biologici è rappresentato dal prezzo.

Rispetto alle modalità di acquisto, la maggior parte degli intervistati ha detto di approvvigionarsi presso i negozi specializzati del biologico seguiti a breve distanza dai supermercati. Gli acquisti diretti presso i produttori (punti vendita aziendali e mercatini) rappresentano la terza modalità di reperimento dei prodotti bio. In misura minore, ma non insignificante, viene segnalata la modalità dell'acquisto collettivo.

In conclusione l'indagine sul mondo dei consumatori ci conferma quello che anche altre ricerche a livello nazionale hanno evidenziato, e cioè che il consumatore tipo di prodotti biologici ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni, con un livello di istruzione medio-alto e vive in nuclei familiari con un numero di componenti compreso tra 2 e 4 e in prevalenza con figli minori.

È l'attenzione alla salute, soprattutto dei propri figli, a rappresentare la principale motivazione all'acquisto degli alimenti biologici, seguita dall'attenzione al processo produttivo ambientalmente sostenibile. La consapevolezza di non causare danni all'ambiente è spesso l'elemento che fa preferire il prodotto biologico a quello convenzionale. Dall'indagine, infatti, emergono anche atteggiamenti di attenzione al territorio e di "consumo responsabile" da parte delle persone intervistate: alla domanda "verifica la provenienza dei prodotti alimentari che acquista" oltre il 90% degli intervistati ha risposto sì e alla domanda "acquista prodotti locali e tradizionali" la totalità degli intervistati ha risposto positivamente, e tra questi il 23% ha dichiarato di farlo sempre e il 77% a volte. Quanto alla selezione dei fornitori, la stragrande maggioranza dichiara di preferire prodotti locali (86%) e di valutare i fornitori/produttori in base alla qualità ambientale e/o sociale complessiva (59%), mentre il 47% valuta i fornitori anche in rapporto alla distanza. Relativamente ai prodotti alimentari del commercio equo e solidale, infine, il 53% degli intervistati ha dichiarato di acquistarli, ma per il 72% si tratta di acquisti occasionali. In termini di percentuale sulla spesa complessiva i prodotti del commercio equo e solidale rappresentano per il 70% meno del 5%, per il 20% tra il 5 e il 10% e per il restante 10% tra il 10 e il 20%.

Ma ciò che ci preme sottolineare è che la scelta di consumare prodotti biologici e, quindi, di sostenere le imprese agricole e dell'agroalimentare che fanno questa scelta produttiva, nasce spesso anche dalla voglia di partecipare a un progetto comune. Il biologico, infatti, può mettere insieme consumatori e produttori impegnati nella ricerca di un nuovo modo di condividere riflessioni e problemi, che nascono dal cibo, ma che poi si riflettono sulla concezione dell'economia e della società. La richiesta di un rapporto non mediato con i produttori e le scelte innovative di consumo come quella degli acquisti collettivi sono chiari segnali di queste nuove sensibilità.

Molti produttori agricoli biologici sono, infatti, impegnati nell'allestimento di punti vendita in azienda o presso mercati rionali o si sono strutturati per organizzare forme alternative di commercializzazione per il rifornimento di gruppi di acquisto. Quest'ultimo fenomeno nella città di Roma sta assumendo dimensioni ragguardevoli: dai dati a nostra disposizione sono più di 1000 le famiglie romane che lo utilizzano per rifornirsi settimanalmente.

2.4 La responsabilità sociale vista dalle imprese

Pur essendo già abbastanza informati sulla scarsa diffusione tra le imprese di azioni specifiche mirate ad innalzare il livello di responsabilità sociale dal punto di vista strutturale, organizzativo e commerciale, mancava finora uno studio di base volto a rilevare la realtà esistente secondo un metodo che facesse riferimento alla globalità delle manifestazioni pratiche nelle quali può esprimersi e concretizzarsi, in agricoltura e in parte dell'indotto, il concetto di responsabilità sociale. Tenendo conto delle specificità e delle opportunità del settore, è stato quindi elaborato un questionario attraverso il quale, su un campione ristretto di aziende, è stato possibile realizzare una prima base di dati e di discussione su una materia che - da una prima fase di studio e teoria - sta iniziando a inserirsi nella vita pratica delle aziende, mostrando i vincoli reali e le opportunità.

Il livello di responsabilità sociale nel settore agricoltura

Fra tutte le tipologie di imprese appartenenti ai vari settori produttivi (agricoltura, artigianato, commercio e industria), quelle agricole da sempre hanno mostrato la maggiore refrattarietà, e a volte contrarietà, ad avvicinarsi alle innovazioni. Sia che si parli di novità dal punto di vista meramente tecnico (introduzione di nuovi prodotti, metodi di coltivazione o tecnologie di comunicazione e gestione dei dati) sia che si intendano forme più ampie di innovazione, relative alla gestione dell'azienda, alla politica commerciale o alla valorizzazione del prodotto, l'agricoltura è sempre stata il fanalino di coda del tessuto economico produttivo. Pensiamo ad esempio alla scarsa diffusione, esistente ancora oggi, dei moderni strumenti di comunicazione o dei sistemi multimediali. Se si inizia, infatti, a intravedere un'ampia diffusione dei telefoni cellulari (ma con una padronanza delle possibilità offerte assai ristretta e limitata spesso alla conversazione telefonica), siamo ancora molto lontani dall'utilizzo aziendale dei Pc e dei più comuni sistemi operativi-gestionali esistenti.

Un'analogia situazione non poteva dunque non ripresentarsi anche nel caso della responsabilità sociale, intesa come somma o pluralità di atteggiamenti e/o metodi di gestione dei processi produttivi aziendali capaci di migliorare il livello di compatibilità e di sostenibilità nei confronti dell'ambiente, dei lavoratori e della società circostante.

Nel nostro caso, tuttavia, partiamo da una situazione di vantaggio, dal momento che il presente studio riguarda soltanto le aziende certificate ai sensi del Regolamento CE 2092, relativo al metodo di produzione biologico. Le aziende che sono state intervistate e analizzate hanno scelto consapevolmente di non fare uso di prodotti e mezzi chimici in nessuna fase del processo produttivo. E questo, rispetto alla generalità delle aziende agricole (di norma classificate come "convenzionali" per distinguerle da quelle certificate biologiche), rappresenta un elemento di non poco conto, che di per se basterebbe a includerle tutte tra le aziende agricole che adottano comportamenti di responsabilità nei confronti dell'ambiente (inteso come l'insieme degli organismi viventi e degli ecosistemi presenti in natura), dei lavoratori e dei consumatori.

Ma il concetto di responsabilità sociale è per definizione più complesso e interdisciplinare e non può essere limitato a un singolo aspetto dell'azienda o impresa di produzione, anche se questo aspetto riguarda il processo di produzione nelle sue varie fasi. La responsabilità sociale prende in considerazione anche i valori di riferimento dell'imprenditore, le azioni da lui compiute al di fuori del proprio lavoro quotidiano e tutto ciò che

può influenzare - anche se non in modo diretto e manifesto - le persone con cui si confronta, la società e l'ambiente che lo circonda.

Queste considerazioni che potrebbero apparire eccessivamente astratte e filosofiche, costituiscono oggi la base (una base con delle solide fondamenta pratiche) della metodologia di individuazione del livello di responsabilità sociale di una determinata impresa e delle persone che la guidano. In riferimento a questa base metodologica sono state costruite le domande e i questionari che sono poi stati somministrati alle aziende intervistate e analizzate nell'ambito di questo studio.

La responsabilità sociale nelle imprese romane

L'approfondimento sulla responsabilità sociale è stato condotto su un campione ristretto di 22 aziende agricole individuate durante la ricerca come le imprese più attive e organizzate dal punto di vista produttivo, commerciale e in generale della comunicazione verso l'esterno.

Prima di iniziare l'analisi delle risposte pervenute, è opportuno premettere alcune considerazioni su due argomenti abbastanza importanti dal punto di vista della responsabilità sociale, con risvolti anche molto delicati per il settore agricolo: l'attuazione dei processi partecipativi e il trattamento dei lavoratori.

L'effettiva realizzazione e valorizzazione dei processi partecipativi in ambito aziendale rappresenta certamente uno degli aspetti fondanti della responsabilità sociale: la capacità di coinvolgere i propri dipendenti o lavoratori in genere, informandoli e confrontandosi con loro in alcuni momenti chiave del processo produttivo, rappresenta quasi sempre una pratica suscettibile di migliorare i rapporti in ambito aziendale e capace, nel medio periodo, di agire positivamente sulla produttività e sul reddito. Purtroppo (e non solo in agricoltura) il modello partecipativo viene spesso visto come una inutile perdita di tempo e quindi neppure preso in considerazione. E anche nei casi in cui esso viene di fatto realizzato, ciò avviene sempre in maniera sporadica e inconsapevole: tanto che quando se ne chiede conto espressamente si ottengono sempre risposte negative.

Questo è quanto è successo anche in questa ricerca, per cui abbiamo infine deciso di escludere questo (importante) aspetto, in attesa che diventi non solo una pratica di uso comune ma anche riconosciuta in quanto tale.

Altro elemento di estremo interesse e di grande attualità è costituito dal trattamento dei lavoratori. Il lavoro nero in agricoltura in Italia è purtroppo molto presente e deriva da antiche consuetudini. Tra le imprese del settore si tende a considerarlo un male necessario, unico rimedio per gestire le situazioni di emergenza o le fasi critiche del processo produttivo. Di certo, la scusa più frequente è che la forte burocrazia esistente nelle fasi di assunzione e regolarizzazione dei dipendenti non aiuta a superare le criticità che periodicamente incombono su un sistema di produzione esposto a eventi meteorologici mai uguali e prevedibili.

Tutto questo ha indubbiamente un fondo di verità, ma non basta a giustificare la negazione di un diritto fondamentale per chi lavora. Uno degli obiettivi che ci eravamo proposti in questo studio era quello di fornire un quadro piuttosto articolato sulla presenza e sull'intensità del fenomeno. Tuttavia, non basta partire con le migliori intenzioni e prendere tutte le possibili precauzioni: quando si chiede a un imprenditore se

è in regola con le norme sull'assunzione e il trattamento dei dipendenti è impossibile aspettarsi da lui l'assoluta e completa sincerità.

Si è quindi scelto di optare per una richiesta diversa: evitare domande di tipo personale, per chiedere invece informazioni sulla situazione esistente nella zona o nel comprensorio dov'è situata l'azienda intervistata. In questo modo sono state ottenute alcune risposte che possono essere considerate abbastanza sincere e spassionate, forse insufficienti per lo scopo che inizialmente ci si era prefisso, ma rappresentative di una problematica reale e purtroppo ancora oggi lontana dall'essere risolta.

Il 40% delle imprese intervistate ha ritenuto opportuno distinguere tra attività ordinaria delle aziende e attività svolta in condizioni di straordinarietà. Nel primo caso l'incidenza della manodopera non regolare varia dal 20 al 50% di quella impiegata. Mentre nel caso dei picchi di produzione si arriva al 70-90% di manodopera irregolare. Il 28% circa degli intervistati, invece, ha espresso una valutazione media sui comprensori agricoli di sua conoscenza, indicando un 60-70% di incidenza della manodopera irregolare, indipendentemente dall'eccezionalità del momento. Il 14% ha espresso una valutazione basata sulla dimensione aziendale, indicando per le aziende più grandi una incidenza del 70% di irregolarità e addirittura del 100% per le piccole aziende a conduzione familiare (ovviamente in questo caso solo nel momento in cui si rende necessario l'aiuto di un lavoratore esterno al nucleo familiare). Infine il 18% non ha saputo o voluto esprimere alcun giudizio.

Dal momento che l'analisi della responsabilità sociale in agricoltura è stata condotta a partire da un campione di aziende che praticano l'agricoltura biologica, abbiamo cercato di individuare quante aziende portano a termine la certificazione del prodotto e quante invece si accontentano di raggiungere una generica "certificazione di superficie". Nel nostro caso circa l'82% delle aziende intervistate porta a certificazione almeno un prodotto. Altro elemento di valutazione è la propensione attuale o futura a partecipare a forme di associazionismo (cooperative, associazioni, consorzi, ecc.) dichiarata dal 41% delle aziende. Più bassa è, invece, l'adesione a iniziative volte a favorire la trasparenza dei prezzi e dei processi produttivi, processo nel quale si dichiara impegnato solo il 14% delle aziende.

La parte più articolata, ricca di discussione e di risposte riguarda la questione della filiera corta e della vendita diretta, che sembra ormai diventata per le aziende più strutturate un'esigenza primaria. Sintetizzando al massimo, abbiamo rilevato che il 41% delle aziende intervistate gestisce un punto vendita, il 32% ha rapporti costanti con gruppi di acquisto (il 14% anche con gruppi di acquisto solidale), il 27% partecipa a mercatini e mercati vari di vendita diretta, il 9% vende a imprese di ristorazione. Altre indicazioni vengono dalle domande volte a rilevare la valenza socio-ambientale e paesaggistica connessa con le attività di produzione: il 18% dichiara di impegnarsi costantemente nella manutenzione del paesaggio. Un altro 18% sostiene di operare sul fronte dell'agricoltura sociale, il 32% organizza stabilmente eventi formativi didattici in azienda, mentre solo il 5% (una sola azienda!) si dedica con metodo e costanza al riuso e riciclo dei materiali. Così come un'unica azienda utilizza sistemi per lo sfruttamento delle energie rinnovabili, nella fattispecie il solare fotovoltaico.

La responsabilità sociale nel settore commercio

Pressoché la totalità degli esercizi commerciali sondati svolge attività di formazione e informazione rivolte sia ai propri dipendenti sia agli utenti/clienti. Ci sono stati segnalati, inoltre, anche processi partecipativi verso i fornitori e il coinvolgimento degli enti locali e solo il 5% del campione dichiara di non svolgere processi partecipativi.

Il 56% degli esercizi sondati possiede una certificazione biologica della propria attività, il 10% segnala certificazione ambientale (ISO 14000) e il 6% dichiara certificazione per responsabilità sociale (SA 8000). Il 19% sostiene di predisporre un bilancio sociale, il 9% un bilancio ambientale e un altro 9% un bilancio di sostenibilità.

Riguardo alle attività di promozione, invece, gli esercizi commerciali intervistati segnalano per il 45% attività di promozione e/o partecipazione relative alla filiera corta, un altro 45% segnala attività di promozione verso mercatini biologici e di produzioni locali tradizionali e il 41% attività di promozione a favore delle aziende biologiche. Inoltre il 65% degli esercizi effettua degustazioni di prodotti biologici e/o locali tradizionali presso i propri punti vendita e ben il 78% dei negozi svolge azioni di educazione ambientale e/o alimentare.

Riguardo alle pratiche di sostenibilità, invece, il 70 % degli esercizi commerciali pratica e promuove il riciclo e il riutilizzo dei rifiuti, il 60% politiche di risparmio energetico, il 20% segnala l'utilizzo di fonti rinnovabili, il 50% dichiara di aderire a forme di risparmio o di finanza etica, il 18% segnala l'utilizzo di software non proprietari, e infine il 21% dichiara l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate.

Il quadro che emerge ci segnala dunque una notevole sensibilità del circuito dei negozi bio e del commercio equo verso politiche complessive di sostenibilità, con una grande attenzione ai processi partecipativi che coinvolgono le proprie clientele. Questo è il punto di forza di questo settore, che gli ha consentito nel tempo di fidelizzare un gran numero di clienti a fronte di una forte concorrenza sui prezzi da parte della grande distribuzione. Di notevole interesse anche le disponibilità manifestate dai titolari degli esercizi verso un sempre maggiore rapporto con i fornitori locali, questione da tenere ben in conto da parte dei produttori romani e laziali soprattutto per gli aspetti critici segnalati (prezzi, qualità, continuità nelle forniture).

Conclusioni

La ricerca ha fatto emergere alcuni temi di particolare importanza per la diffusione dell'agricoltura biologica all'interno delle politiche di sviluppo locale dell'agro romano. Le potenzialità produttive dell'agricoltura biologica sono molto consistenti, sia per quel che riguarda le dimensioni del biologico, sia per quel che riguarda la complessità delle filiere interessate. Anche la domanda di prodotto biologico appare di dimensioni particolarmente consistenti, in particolar modo nella città di Roma. Ma la principale criticità che oggi segna fortemente l'agricoltura biologica sta proprio nella difficoltà, da parte degli operatori, di poter raggiungere e soddisfare l'enorme richiesta di prodotto biologico del mercato romano. Le motivazioni di tali difficoltà possono essere ricondotte principalmente nella scarsa strutturazione delle filiere produttive biologiche, le cui radici probabilmente fondano in un'organizzazione e una logistica, relativa all'attività commerciale, certamente carente. In queste conclusioni ci soffermeremo, quindi, soprattutto su quanto si può fare sul fronte dell'offerta, che risulta quello più deficitario a fronte, come si è visto, di una domanda privata e istituzionale (mense) in costante aumento.

Gli elementi che meritano un approfondimento e, quindi, conseguenti politiche di sostegno sono i seguenti:

- nella zootecnia da carne l'esigenza di un centro per il finissaggio dei bovini da carne;
- nella zootecnia da latte l'esigenza di un centro per la trasformazione e valorizzazione del latte proveniente dall'agro romano;
- problematiche varie relative ai settori della produzione di cereali e di ortofrutta;
- introduzione di prospettive nuove per la valorizzazione delle aziende e delle loro potenzialità.

Finissaggio

La filiera dell'allevamento di bovini per la produzione di carne rappresenta una realtà importante nell'agro romano, per le caratteristiche del territorio, per la presenza di una domanda reale e potenziale molto consistente (aspetto del resto valido da un punto di vista generale per tutti gli elementi e le produzioni esaminate) e per la presenza anche di razze locali di valore da tutelare, promuovere e inserire in modo più razionale nella filiera di consumo locale.

Se prendiamo in esame le fasi iniziali del processo di allevamento, esiste attualmente una base produttiva operante e diffusa nel territorio agricolo romano, che emerge in parte in questa ricerca. In ogni caso, per quanto riguarda le prime fasi di allevamento del bestiame, esiste un sistema aziendale che in questi ultimi anni ha dovuto affrontare una serie di difficoltà ma è comunque riuscito a migliorare e a elevare la qualità del processo e del prodotto a un livello di valore molto buono, ottenendo anche riconoscimenti in ambito non solo locale.

In questo contesto, la fase del processo che maggiormente incide sulla qualità complessiva del prodotto finale e, quindi, anche sulla sostenibilità economica delle aziende che operano nel settore, risiede oggi nel finissaggio, ovvero la fase terminale dell'alimentazione del vitello, relativa mediamente agli ultimi 60-90 giorni prima della macellazione.

L'esigenza sarebbe, quindi, quella di individuare e attrezzare un centro per svolgere con efficienza questa fase,

non solo per quanto riguarda il carico di bestiame che in ambito aziendale viene destinato alla produzione di carne, ma anche come riferimento per alcune aziende di dimensioni inferiori, che attualmente non possono permettersi di attrezzare un proprio centro di finissaggio.

Trasformazione del latte in formaggio e altri prodotti caseari tradizionali

Nell'agro romano si producono diverse tipologie di formaggio in discrete quantità, secondo i periodi dell'anno e in relazione alla capacità produttiva e alle modalità di organizzazione del lavoro sulle quali, nel bene e nel male, oggi si basa il processo produttivo aziendale.

In questo caso si potrebbe in parte ripetere il discorso già impostato per quanto riguarda il capitolo relativo al finissaggio: il territorio agricolo del comune di Roma dal punto di vista della filiera zootecnica di produzione del latte racchiude in sé una tradizione millenaria e delle potenzialità che sono sfruttate solo in minima parte. Basti pensare alla storia che sta dietro al pecorino romano e alla classica caciotta.

Specialmente nella filiera del biologico oggi vediamo un gran numero di aziende che hanno grandi difficoltà a valorizzare il proprio prodotto: pur essendo regolarmente certificate, sempre più spesso sono costrette a vendere il latte a prezzi molto bassi sul mercato del convenzionale.

Si tratterebbe, quindi, di individuare una struttura che possa svolgere una funzione di riferimento per la valorizzazione del latte proveniente da altre aziende che operano nell'agro romano.

Produzione di cereali biologici

Attualmente i cereali prodotti nel territorio del comune di Roma vengono venduti in larga misura a grossisti/centri di stoccaggio che, disponendo di capacità di stoccaggio e conservazione, godono di una grande forza contrattuale per quanto riguarda il mercato. Da questo punto di vista si tratterebbe quindi di ampliare gradualmente le produzioni di pregio (varietà locali, altre specie, ecc.), puntando sulla trasformazione in loco (realizzazione di impianti di molitura e trasformazione in farine e/o pasta), sfruttando tutte le prospettive commerciali offerte da un mercato come quello della città di Roma e contando possibilmente anche sull'apporto delle stesse strutture comunali per avviare canali di vendita privilegiati (mense del Comune, gruppi di acquisto legati ai dipendenti del Comune o alle famiglie delle stesse scuole, ospedali, ecc.). Di fatto esistono già sul territorio strutture di trasformazione che se organizzate in filiera e supportate da un marchio ombrello potrebbero creare ricadute commerciali interessanti.

Produzioni ortofrutticole

Il settore ortofrutticolo patisce alcune problematiche relative alla qualità del prodotto (soprattutto orticoltura ed olivicoltura) e alla scarsa propensione per le innovazioni in genere, legate anche alla struttura familiare delle imprese quasi sempre di dimensioni ridotte. Inoltre questo settore soffre, specialmente per quanto riguarda le produzioni biologiche, la scarsa programmazione colturale e commerciale del prodotto ottenuto in loco. Le aziende esistenti, salvo un numero molto ristretto, non sono propense a favorire la concentrazione del prodotto e la gestione collettiva delle operazioni colturali e post-colturali, e ciò incide sui costi fissi e sulla competitività con le merci provenienti da tutto il mondo. Infine, mancano anche strutture dedicate alla trasformazione e confezionamento del prodotto, con particolare riguardo al settore orticolo e ad alcune specie da frutto peraltro abbastanza importanti e radicate nella tradizionale locale.

Anche in questo settore, ampio e importante sotto diversi aspetti che fanno riferimento sia all'occupazione (orticoltura, viticoltura e specie da frutto in genere), sia alla gestione del territorio (olivicoltura), sia al mantenimento di specie e varietà locali, il punto cardine risiede nella realizzazione di strutture di riferimento per i produttori e a una maggiore attenzione verso i canali di vendita locali (vedi come detto sopra le mense, i gruppi d'acquisto, gli ospedali, ecc.).

Prospettive di commercializzazione e multifunzionalità

Questo breve paragrafo fa da corollario ai tre precedenti, nel senso che riassume un'esigenza comune a tutti i settori produttivi e le filiere precedentemente citate.

In generale, prima di impegnarsi in un'attività nuova, investendo risorse umane e finanziarie, ogni azienda ritiene necessario verificare se esistono possibilità oggettive di vendita del prodotto, cercando di individuare e studiare il più possibile i relativi canali commerciali.

Bisogna individuare le caratteristiche salienti di ognuno di questi canali, in relazione alle possibilità oggettive di produzione delle aziende e alle prospettive di miglioramento future. Oggi vanno per la maggiore le produzioni di qualità, legate al territorio di produzione, che giungono al consumatore finale mediante strategie di abbattimento degli anelli intermedi della filiera.

Da questo punto di vista le aziende che operano nel territorio del Comune di Roma potrebbero oggi contare su alcune possibilità di vendita o canali preferenziali che sono decisamente superiori alle opportunità che mediamente si aprono alle aziende agricole in tutto il resto d'Italia.

Vi sono in primo luogo le mense del Comune di Roma, che consumano ogni giorno decine di migliaia di pasti. Attualmente le aziende locali vendono alcuni loro prodotti alle mense, ma solo tramite degli intermediari, a cui è stata affidata la fornitura dei pasti da parte degli uffici competenti dello stesso Comune di Roma. Una delle proposte di lavoro più urgenti, per quanto riguarda l'apertura di nuovi canali commerciali, sarebbe quella di avviare un rapporto diverso e privilegiato con le mense del Comune, magari migliorando e ottimizzando i rapporti di conoscenza e collaborazione tra i vari uffici comunali e le imprese.

Un altro aspetto importante, che si sta sviluppando molto a Roma, è quello dei gruppi di acquisto. Uno dei contesti nei quali più spesso nasce un gruppo di acquisto è proprio il luogo di lavoro, dove ci si vede e ci si incontra tutti i giorni. Una seconda prospettiva sarebbe, quindi, quella di lavorare sulla promozione e creazione di gruppi d'acquisto nell'ambito degli uffici del Comune o di altri uffici pubblici e privati, magari integrando ove occorre le produzioni dell'agro romano.

Abbiamo infine, ma solo per citare tre esempi tra i più lampanti, una risorsa che per Roma rappresenta una realtà imponente e per certi versi troppo poco sfruttata: il turismo.

Le aziende in media non operano su superfici molto estese, tuttavia spesso rimangono a disposizione spazi sufficienti per sviluppare nuove attività, la cui realizzazione porterebbe una serie di vantaggi.

Le attività in questione riguardano in sintesi lo sviluppo e l'applicazione delle possibilità offerte dalla cosiddetta multifunzionalità in agricoltura: agriturismo con tutte le varie specificazioni; attività ricreativo-culturali; attività didattiche; attività più propriamente sportive (ippoturismo e cicloturismo, ad esempio). Tutte queste prospettive,

a cui le aziende agricole sono particolarmente e naturalmente predisposte, possono essere rivolte a residenti ma soprattutto possono essere volte a catalizzare l'interesse di un turismo nazionale ed estero che in Italia ha pochi eguali.

Iniziare a lavorare in modo serio e pianificato sul settore della multifunzionalità non significherebbe soltanto generare nuovo reddito da attività di agriturismo e tutto il resto appena elencato, ma anche aumentare in modo esponenziale i potenziali clienti dei propri prodotti agricoli, come dimostra chiaramente l'esperienza di centinaia e migliaia di aziende agrituristiche su tutto il territorio nazionale.

RespEt - Centro per l'Impresa Etica e Responsabile

è un'iniziativa del Comune di Roma
e si inserisce in un sistema complesso di proposte e
modelli originali di intervento economico che
utilizzano lo strumento agevolativo per ri-orientare
verso comportamenti virtuosi le pratiche delle
imprese cittadine.

RespEt è gestito da Avanzi, Banca Etica, CTM
Altromercato e Icea, realtà da sempre impegnate
a livello nazionale ed internazionale nello sviluppo,
nella realizzazione e nella promozione di progetti
ed attività nel campo della sostenibilità sociale
e ambientale.

Collaborano alle attività del Centro Aiab, Cise,
Linuxshell, Lunaria, Nuovi Equilibri Consulting, T.e.r.r.e.



presso InVerso
Incubatore delle imprese sociali
Via Montuori, 5 - 00154 Roma
Tel. 06 51607293
info@resp.et.org

www.resp.et.org