

Produzione e consumi Il settore è solido, ma produzione e consumi non crescono. Il ruolo dei distributori

Biologico veneto in frenata dopo il grande boom

PADOVA — Tutto iniziò con una scommessa: coltivare frutta e verdura senza aggiunta di sostanze chimiche, senza pesticidi, coloranti e conservanti. Oggi la scommessa del biologico (del «bio», come più familiarmente chiamato) è un vero e proprio business mondiale. E il Veneto non si è tirato indietro. Quando diversi anni fa le coltivazioni «secondo natura» sono tornate di moda, dopo decenni di «elogio della chimica», la nostra regione è stata una delle prime regioni a buttarsi in questo nuovo business.

Il numero delle aziende che oggi operano nel settore è relativamente basso (1.550, dato che colloca il Veneto all'11° posto nella classifica italiana) ma basta scorrere la lista delle imprese per capire che si tratta di alcune tra le maggiori aziende nazionali ed internazionali: la regione Veneto conta 9 importatori internazionali, seconda solo alla Lombardia.

L'andamento del mercato del «bio» è stato fotografato agli Stati Generali per il Biologico che si sono tenuti ieri nella splendida Villa Contarini, a Piazzola sul Brenta. «Per capire cos'è il biologico basta dire che chi mangia tradizionale – ha spiegato l'attore Marco Columbro, presente al vertice come testimonial ed esperto – ingurgita ogni anno mediamente 7 chilogrammi di schifezze chimiche come pesticidi, conservanti e sostan-



Marco Columbro
(attore e testimonial bio)

**Ma chi mangia tradizionale
sappia che ogni anno ingurgita
sette chili di schifezza chimica**

ze di ogni tipo». Il quadro che è stato dipinto al vertice parla di un mercato in grande espansione che, nonostante la crisi economica, segue dinamiche indipendenti ed autonome che sembrano al riparo dalla flessione dei consumi. Ma nemmeno questo mercato è libero da problemi.

A cominciare dal fatto che l'Italia destina al biologico una superficie terre coltivate che le garantisce la quinta posizione a livello mondiale e che le ha assegnato il podio come primo paese europeo per produzione nel 2001. Tutto ciò nonostante il Belpaese si debba accontentare dell'11° posizione per consumo dei prodotti. Un trend che emerge anche dai dati sulla crescita delle aziende. Dopo i fasti e gli ottimismo dei primi anni, quando il Veneto si è buttato in questo nuovo business, dal 2006 al 2007 il numero delle imprese che si occupa di «bio» è rimasto praticamente invariato (più 1,44 per

cento). Il perché marmellate, mieli, biscotti, succhi di frutta realizzati con frutta e verdura coltivata nel pieno rispetto della natura non abbiano fatto presa sui veneti è presto detto. Lo scetticismo per prezzi troppo alti, la scarsa promozione, i difetti estetici e tutto sommato la soddisfazione per i prodotti tradizionali. Per dare nuovo impulso al mercato si sta assistendo in questi anni ad una diversificazione dei canali di vendita (dalla vendita diretta, più 47 per cento, agli agriturismi, più 40 per cento).

Molte le catene della grande distribuzione che hanno ricavato tra gli scaffali uno spazio per il biologico. Tra questi in testa compare la Coop con 331 punti vendita (aumentati del 10 per cento dal 2004 ad oggi), seguita dall'Esselunga (che ha registrato però un calo del 50 per cento) e la Carrefour (calata anch'essa del 12 per cento).

Riccardo Bastianello