

## **PROMOZIONE DELLE PRODUZIONI BIOLOGICHE NELLA PROVINCIA DI PADOVA**

### **PREMESSA**

- Ciò che segue è da considerarsi sintesi di quanto emerso nei precedenti incontri tra i soggetti indicati al punto successivo, oltre che stimolo per la definizione degli interventi in agricoltura biologica nella Provincia di Padova, per il 2004, e possibilmente, 2005 e 2006;
- Novità positiva è la sinergia ed il coordinamento tra i diversi Enti che sono intervenuti localmente negli ultimi anni (Camera di Commercio, Provincia, Parco Colli Euganei, Coldiretti, Cia, Upa, AIAB Veneto ONLUS, Coop. El Tamiso e Consorzio Ortofrutticolo Veneto Servizi -Co.v.e.s-);
- Altro elemento innovativo è una visione, detta comunemente "di filiera", che tende ad intervenire e potenziare il comparto "biologico" Padovano in maniera complessiva;
- Al 31/12/2002 le aziende certificate, che risultano al relativo Elenco Regionale, sono appena al di sotto delle 300; di cui oltre il 20% non di sola produzione agricola; quindi un ottimo "spaccato" di filiera certificata. Se da un lato l'incidenza numerica sul totale della Provincia è modesta, un facile esame delle aziende biologiche Padovane la dice lunga sugli elementi di qualità che le contraddistinguono: sui rapporti organici con altre componenti del mercato, sulla multifunzionalità, sulla vitalità, vivacità d'impresa, rapporto col territorio e conseguentemente sulle possibilità di sviluppo;
- Intervengono nella realizzazione dei diversi filoni operativi, le O.O.P.P. Agricole locali ed AiabVeneto ONLUS, con il coordinamento di quest'ultima;
- In termini indicativi vengono indicate ipotesi di spesa complessiva, nei diversi filoni di intervento individuati, specificando ove la spesa dovrebbe essere considerata distribuita su di un triennio.

### **FILONI DI INTERVENTO**

**1.**

#### **PROMOZIONE E SUPPORTO ALLE AZIENDE AGRICOLE**

- sportello informativo
- visite aziendali

**2.**

#### **PROMOZIONE VERSO I CONSUMATORI**

- manifestazione "El Biologico in Piassa"
- manifestazione "Padova Biologica 2005"

**3.**

#### **PUBBLICAZIONI E MATERIALI DIVULGATIVI**

- mappa del Biologico Padovano 2004 con itinerari
- manuali informativi sui prodotti per i consumatori

## 1.

### PROMOZIONE E SUPPORTO ALLE AZIENDE AGRICOLE

Con la prima edizione 2002 del progetto (limitatamente alle risorse messe a disposizione da PromoPadova) ben 120 aziende condotte con metodo convenzionale si avvalsero del servizio di consulenza e informazione attivato da gennaio a luglio 2003.

La superficie agraria totale (SAT) delle aziende condotte con metodo convenzionale visitate ammontò a 1.548,44 Ha con una superficie agraria utilizzata (SAU) di 1.378,87 Ha.

L'indirizzo produttivo prevalente è, in ordine di importanza, quello a seminativo (69%), seguita dall'orticolo (13%), il viticolo, il frutticolo, il foraggero e l'olivicolo.

Delle aziende che hanno chiesto la visita aziendale ben 16 ospitano una forma di allevamento, mentre in un'azienda viene praticata l'apicoltura.

La quota principale dei prodotti agricoli aziendali trovano destinazione al conferimento esterno, perlopiù ai mercati ortofrutticoli, mentre una minor quantità viene riservata alla vendita diretta.

Fra le caratteristiche strutturali delle aziende, nella prospettiva di un progetto di conversione, risulta interessante il dato relativo alla presenza di bosco e/o siepi. Questo aspetto direttamente collegato alla biodiversità è presente in ben 32 aziende, per una superficie complessiva di 107,43 Ha.

Alla luce di questi dati possiamo certamente dire che sono state gettate delle solide basi per consolidare, nella provincia padovana, la promozione dei prodotti agricoli di qualità, biologico in testa.

Ora si tratta di rispondere da un lato ai produttori, che chiedono una maggiore assistenza nella promozione del prodotto da agricoltura biologica e dall'altro ai consumatori che vogliono maggiori garanzie sulla salubrità, igienicità e garanzie dai prodotti agroalimentari. Non ultima la richiesta che il prodotto sia rispettoso dell'ambiente e soprattutto delle sue risorse (acqua e aria).

Senza dubbio, per il valore intrinseco del metodo di coltivazione biologico, i prodotti ottenuti con tale metodo di conduzione stanno acquisendo sempre maggiore consenso tra i consumatori. Certamente la presenza di un regolamento europeo, la tracciabilità della filiera, i controlli previsti, sebbene migliorabili, sono quanto di più avanzato chiede il consumatore nei suoi acquisti.

Le ultime integrazioni al regolamento originario - logo unico europeo che contraddistingue il prodotto da agricoltura biologica, le norme sull'allevamento zootecnico - garantiscono un quadro completo al comparto.



### OBIETTIVO

Obiettivo finale di questo filone di progetto è quello di allargare la base produttiva "biologica" nella provincia di Padova, aumentando la consapevolezza del produttore agricolo nei confronti di metodi di coltivazione innovativi e che garantiscono un valore aggiunto al prodotto della terra.

Sempre più il produttore trova dei prodotti sul mercato che sono perfettamente succedanei a quelli che ottiene dal suo ciclo di produzione; con l'aggiunta che sono anche molto competitivi sul prezzo finale al consumatore. Anche il prodotto da agricoltura biologica si trova, almeno da due anni a questa parte, sottoposto alla concorrenza di produzioni extracomunitarie (ex paesi dell'Est europeo) che minano il vantaggio competitivo che avevano i prodotti da agricoltura biologica sino a poco tempo fa.

Ecco allora che bisogna dare al produttore degli strumenti competitivi più forti che aggiungano valore alle produzioni agroalimentari, anche se biologiche. Una via di uscita potrebbe essere quella di marchi, o definizioni, di produzione e/o di prodotto locali (BioPadova), associati a disciplinari di produzione più restrittivi del regolamento europeo. I disciplinari privati di AIAB possono rispondere a queste esigenze del produttore e, nel contempo, soddisfare la richiesta di maggiore trasparenza del consumatore:



L'azione principale delle iniziative da intraprendere dovrebbe essere:

- a) Sportello informativo per la informazione su BioPadova
- b) Prosecuzione delle visite aziendali per far conoscere il progetto BioPadova
- c) Realizzazione di materiali informativi sull'agricoltura biologica padovana (vedi il capitolo su "materiali informativi").

Innanzitutto l'obiettivo principale è quello di attivare uno "Sportello per il biologico" con il quale permettere all'imprenditoria agricola padovana di poter acquisire tutte quelle informazioni per conoscere la regolamentazione comunitaria ed intraprendere, eventualmente, il percorso che porta alla CERTIFICAZIONE dell'azienda ai sensi del reg. Ce 2092/91 e/o l'adeguamento al progetto BioPadova.

Lo sportello agricolo avrà il compito di selezionare le aziende interessate ad avere una visita da parte dei tecnici esperti in agricoltura biologica. L'apertura dello "Sportello per lo sviluppo del marchio BioPadova" avverrà nei giorni feriali della settimana dalle ore 9.00 alle ore 13.00 presso i soggetti attuatori (Organizzazioni Professionali, AIAB Veneto ONLUS). La pubblicizzazione del progetto verrà effettuata attraverso i normali canali d'informazione agli agricoltori (notiziari delle OO. PP., pubblicazione del progetto sulle pagine Web della CCIAA di Padova e di AIAB Veneto), ricezione telefonate presso lo sportello, elaborazione della graduatoria delle aziende per effettuazione della visita aziendale, programmazione delle visite.

Alle aziende, che ad un primo approccio dimostreranno la loro compatibilità con il Reg. Ce 2092/91, sarà offerta la possibilità di avere una visita GRATUITA per avviare l'eventuale certificazione dell'azienda. I criteri che s'intendono utilizzare per la SELEZIONE delle aziende sono quattro, rilevabili attraverso una conversazione telefonica, qui sotto sintetizzati:

- ordine di arrivo della richiesta d'informazioni/visita;
- adesione alla Misura 6 del Piano di sviluppo rurale della Regione del Veneto;
- adesione ad almeno una Misura del Piano di sviluppo rurale della Regione del Veneto;
- livello di biodiversità dell'azienda agricola, rilevata attraverso la valutazione della numerosità degli indirizzi produttivi, diffusione di impianti arborei a scopo naturalistico e/o produttivo (siepi e boschetti).

Le visite saranno effettuate da parte di un tecnico AIAB Veneto Onlus (per la parte riguardante il metodo di conduzione biologico) e da parte di un tecnico nominato dai promotori e dagli altri collaboratori del progetto, in grado di conoscere l'azienda sotto il profilo imprenditoriale, organizzativo e commerciale. La visita in azienda prevede la divulgazione del metodo biologico, la promozione del marchio BioPadova, l'assistenza alla conoscenza dei disciplinari AIAB. In sede di visita verrà compilato un apposito questionario che "fotograferà" l'azienda evidenziandone la possibilità di conversione all'agricoltura biologica secondo quanto previsto dal Reg. CE 2092/91 e successive modifiche ed integrazioni. I dati statistici raccolti dalla compilazione del suddetto questionario verranno poi elaborati e presentati alla conclusione del progetto. Alla fine del progetto si contano di effettuare circa 50 visite aziendali. Le aziende interessate ad essere assoggettate al sistema di certificazione previsto dal Reg. Ce 2092/91 ovvero quelle interessate al rispetto dei disciplinari AIAB saranno assistite, nella prima fase amministrativo-burocratica, nella compilazione di alcuni documenti fondamentali per avviare le procedure di certificazione (come ad es. Notifica di produzione, Programma annuale di produzione). Per facilitare il processo di certificazione delle aziende interessate, AIAB Veneto Onlus opererà in convenzione con un Organismo di Controllo e

Certificazione allo scopo di razionalizzare il servizio combinato tra assistenza e controllo/certificazione, oltre che ridurre i costi. Durante le visite i tecnici compileranno una scheda aziendale (questionario) allo scopo di monitorare l'andamento del progetto nel corso di validità dello stesso.

## **CONCLUSIONE**

In definitiva l'azione mira a saldare quel patto tra agricoltori e consumatori per garantire agli uni dignità, reddito e la permanenza nel settore con produzioni innovative e ricercate dal mercato e dall'altro fidelizzare al prodotto biologico locale coloro che non lo conoscono, che sono diffidenti o semplicemente disinformati.

Si ritiene che l'intervento sia replicabile per il triennio alle medesime condizioni.

## **2.**

### **PROMOZIONE VERSO I CONSUMATORI**

Rilevando in questa azione complessiva l'elemento critico di successo dell'intero progetto, aggravato da un oggettivo ristagno dei consumi in generale che inevitabilmente influenza anche la disponibilità ai consumi di produzioni biologiche locali, occorre uno sforzo particolare per rinforzare le motivazioni di acquisto; con maggiore attenzione a valori quali l'eticità, la sostenibilità, la garanzia, la conoscenza dell'ambiente rurale, la cucina tipica, l'igiene alimentare, dieta & salute, ecc.

#### **2.1.**

##### **"EL BIOLOGICO IN PIASSA"**

Questa manifestazione, alla XIV edizione nel 2003, ancora una volta con buon successo, certo è opportuno replicarla negli anni a venire, garantendo la cadenza (la 1° domenica di ottobre) ed il luogo (Piazza dei Signori).

Risulta poi indispensabile un suo continuo aggiornamento, in parallelo con l'evoluzione e l'attenzione verso consumi eco-compatibili.

Per il 2004 si propone una riduzione del costo sostenuto negli anni scorsi (circa 25.000 €); riducendo drasticamente la pubblicizzazione a pagamento, a vantaggio di una conferenza stampa e di semplici uscite editoriali non pagate.

Si ritiene anche troppo onerosa costosa la produzione delle borsine in carta, di striscioni ed appendini, ecc. ecc. essendo sufficiente ed adeguata la produzione di una locandina, per tempo.

L'unico materiale di valore, la riedizione della "Mappa del Biologico Padovano 2004/2005" (la cui voce di spesa si trova al capitolo "Pubblicazioni") si impone, visto il gradimento dell'edizione 2003/2004. Si preventiva una sua presentazione specifica nella Conferenza Stampa, e la sua diffusione direttamente nella rete distributiva, e non necessariamente allegata ad un quotidiano (onerosa ed indifferenziata).

#### **2.2**

##### **"PADOVA BIOLOGICA"**

Sulla scorta di esperienze simili, in Italia ed all'Estero, si ipotizza la progettazione nel 2004, per la sua realizzazione nella Primavera/estate 2005 e oltre, di un evento promozionale di grosso richiamo, che metta in risalto esperienze e testimonianze locali, Regionali, Nazionali ed Europee in tema di sviluppo sostenibile.

Tale evento, denominato provvisoriamente "Padova Biologica", dovrebbe svilupparsi in un fine settimana "lungo" di maggio/giugno, in un'area della Provincia di particolare pregio ambientale, e richiamare visitatori locali ed esterni, potendo contare su numerose manifestazioni coordinate; che spaziano da quella fieristica, musicale, teatrale, convegnistica, divulgativa, didattica e culturale, all'orientamento dei consumi verso le risorse locali.

In particolare si individueranno manifestazioni in grado di interessare pubblico giovanile.

E' previsto l'importante co-finanziamento degli Enti Locali dei luoghi individuati, per le caratteristiche ricercate (paesaggio, patrimonio agro-alimentare, politiche locali, opportunità logistiche e di ospitalità, ecc.), non escludendo forme adeguate di sponsorizzazione.

L'entità della spesa possibile deriverà nel corso della progettazione, che dovrà quantomeno: individuare luoghi ed eventi appropriati, costituire e coordinare un comitato promotore, coinvolgere Enti Pubblici e privati (Habitat, Enti Locali, ecc.), elaborare un dettagliato preventivo economico, comprensivo di tutte le voci di investimento, nonché evidenziare le ricadute socio/economiche dell'iniziativa.

Pur non escludendo a priori la possibilità di un evento itinerante negli anni, per il 2005 si è ipotizzata l'area sud/ovest dei Colli Euganei (Baone, Este, Monselice, Arquà Petrarca, Cinto Euganeo, ecc.), con eventi distribuiti nell'intera area, valorizzando i luoghi più significativi.

### **3. PUBBLICAZIONI E MATERIALI DIVULGATIVI**

#### **3.1. MAPPA DEL BIOLOGICO PADOVANO 2004 CON ITINERARI**

Da produrre e presentare per fine settembre 2004, sulla scorta dei costi sostenuti nel 2003.

#### **3.2. MANUALI INFORMATIVI SUI PRODOTTI PER I CONSUMATORI**

Sulla scorta di una modesta esperienza della locale Cooperativa El Tamiso, si ipotizza la elaborazione di semplici manuali destinati gratuitamente ai consumatori.

Essi sono singolarmente dedicati a categorie di prodotti di ordinaria produzione e consumo locale (es: i radicchi, le zucche, i cavoli, le cipolle, gli asparagi, il pane e le farine, ecc.).

Sono composti da informazioni sulla specifica coltivazione biologica e tipica; sulle proprietà e stagionalità; sulle diverse varietà; cenni storico/culturali e semplici preparazioni culinarie.

#### **3.3. PAGINE BIOEUGANEI, ALLA SCOPERTA DEL BIOLOGICO EUGANEO**

Sulla scorta di esperienze simili proposte anche sul territorio regionale, si propone di elaborare un modello di guida all'acquisto di beni e servizi offerti dalle aziende biologiche del parco Colli Euganei. Il modello, se risultante vincente, potrà essere esteso a tutta la provincia di Padova nelle prossime annualità.

Esso consiste nel collegare attraverso un itinerario ciclo-pedonale le aziende agricole biologiche del parco Colli Euganei. Le Pagine si articoleranno in schede di presentazione delle aziende (foto, beni e servizi offerti, orari di apertura, ecc) con allegata mappa ciclo-pedonale. Il collegamento con gli attuali itinerari culturali e naturalistici elaborati dall'Ente parco Colli Euganei dovrà essere garantita nel dettaglio. L'ospite del parco potrà così frequentare luoghi di interesse naturalistico e culturale e, con l'occasione, acquistare i prodotti biologici offerti dalle aziende agricole.

#### **3.4. IMPLEMENTAZIONE DEL SITO WWW.AIABVENETO.IT A SUPPORTO DELL'INTERO PROGRAMMA BIOPADOVA E COLLEGAMENTO CON I SITI DEGLI ALTRI PARTNERS**

Appare necessario, allo scopo di dare la massima visibilità ed accessibilità alle diverse iniziative proposte potenziare ed adeguare il sito AIAB Veneto, considerandolo lo strumento informativo di riferimento per l'attività complessiva.

E' peraltro strategico un costante collegamento con i diversi siti della Camera di Commercio di Padova, del Parco Colli Euganei, della Provincia di Padova e delle tre O.O.P.P. Agricole Padovane.