

A Ravenna presentato il Rapporto Agroalimentare 2009 promosso da Regione e Unioncamere Scenari dell'agricoltura regionale

Cala la produzione linda. La nuova opportunità della vendita diretta in crescita. Il progetto Filiera corta delle Camere di commercio di Forlì Cesena e Ravenna.

Cala la produzione linda vendibile, ma meno di quanto avviene a livello nazionale. Crescono le varie forme di **vendita diretta**. Sono alcuni degli elementi che emergono dal **Rapporto agroalimentare 2009**, promosso dalla Regione Emilia-Romagna e da Unioncamere, presentato alla Camera di commercio di Ravenna.

Il 2009 è stato un anno difficile anche per l'agricoltura emiliano-romagnola, che scontando gli effetti della crisi economica, del calo dei consumi e del crollo dei prezzi, ha chiuso con un **calo della produzione linda vendibile del 6,2%** rispetto al 2008. Un dato migliore di quello **nazionale** che ha visto una diminuzione della Plv del **9%**. Inoltre proprio il 2009 sembra essere stato l'anno che ha visto l'affermarsi anche in Emilia-Romagna dei "mercati del contadino" e dei prodotti a chilometri zero. Le varie forme di vendita diretta delle aziende agricole sono cresciute del 20,6% rispetto al 2007, mentre i farmer's market nel 2009 in Emilia-Romagna erano 94.

*"Il Rapporto – ha detto il presidente della Camera di commercio di Ravenna, **Gianfranco Bessi** riguarda l'andamento di un settore particolarmente importante per l'economia ravennate, tanto è vero che la produzione linda vendibile in questo territorio, nel 2009, è stata pari a 417 milioni di euro, un dato che ci colloca a metà classifica delle province dell'Emilia-Romagna. Particolarmente interessante è nel Rapporto l'approfondimento monografico di particolare attualità, dedicato alla commercializzazione dei prodotti locali".*

Le forme di vendita dirette possono essere una forma distributiva importante, seppur di nicchia, per aiutare il reddito dei piccoli imprenditori agricoli. Il crollo dei prezzi ha avuto infatti conseguenze dirette sui **redditi delle aziende agricole**, che nel 2009 sono calati del 24%: una riduzione importante che se protratta rischia di avere effetti pesanti sull'esistenza stessa di numerose realtà produttive costrette da troppo tempo a produrre sottocosto. *"E' ineludibile attrezzare il nostro sistema agricolo e agro-alimentare - ha ricordato il segretario generale di Unioncamere regionale, **Ugo Girardi**- puntando sull'innovazione di processo e di prodotto, migliorando le attività di servizio, rafforzando il coordinamento per un lavoro integrato di promozione verso i mercati esteri, in particolare dei prodotti di qualità. La crescita di oltre il 7% dell'export dell'agroalimentare regionale nei primi tre mesi del 2010 è significativo. Occorre insistere in questa direzione con iniziative come Delizioso, il programma di promozione e commercializzazione all'estero avviato con Regione Emilia-Romagna, Ice, Enoteca regionale e principali consorzi di tutela".*

L' andamento nei settori produttivi e la vendita diretta Secondo l'indagine curata da Roberto Fanfani dell'Università di Bologna e Renato Pieri dell'Università Cattolica di Piacenza, i **settori**

più in difficoltà sono stati nel 2009 quello dei cereali, dell'ortofrutta, delle carni suine e bovine. Buono invece l'andamento di piante industriali, ortaggi e uova. In ripresa sul finire dell'anno anche le quotazioni del Parmigiano Reggiano.

Il comparto dei **cereali** in particolare ha dovuto fare i conti con una perdita media del valore produttivo superiore al 20%, ma che è arrivata a toccare il 30% per il frumento. Nell'**ortofrutta** il calo medio è stato invece del 16%, ma con punte intorno al 50% per le pesche e le nectarine. Buono invece l'andamento delle **colture industriali** con un incremento del 6,1% dovuto principalmente alle ottime performance della soia che ha messo segno addirittura un +70%. Sotto il segno più anche il settore degli **ortaggi** con un aumento del valore delle produzioni dell'1,4%, ma soprattutto il pomodoro da industria il cui valore è cresciuto del 20%. Sostanzialmente stabile (-0,9%) il comparto **zootecnico**, in cui però vano segnalate le perduranti difficoltà del comparto suinicolo (-7,5%) e di quello delle carni bovine (-6%). Buono invece l'andamento delle uova con un +5%.

Crescono in Emilia-Romagna **vendita diretta e prodotti a chilometro zero**: le aziende interessate sono infatti passate dalle 4.230 del 2007 alle 5.100 del 2009, un aumento del 20,6% superiore al corrispondente dato nazionale del 10,6%. Secondo un'indagine Agri2000/Coldiretti riportata dal Rapporto, il prodotto più venduto è il vino (45,9% delle aziende), seguito da frutta e verdura (38,4%), formaggi (12,7%) miele (9%) carne e olio (8,1 e 6,4%). Significativo anche il fenomeno dei **farmer's market** che nel 2009 in Emilia-Romagna erano 94 con in testa alla classifica le province di Modena e Ferrara con 16 mercati del contadino a testa. Anche i **distributori di latte crudo**, altra forma di acquisto diretto, stanno vivendo un crescente successo e nel 2009 erano 232, di cui 68 nella provincia di Bologna, seguita da Reggio Emilia e Modena. Alta anche la percentuale, in rapporto alla popolazione, di Piacenza.

Valorizzazione delle produzioni locali e tipiche: il progetto “Filiera Corta” Nell'ambito della commercializzazione dei prodotti locali, con particolare riferimento alle vendite dirette, si inserisce lo sviluppo del progetto di **“Filiera Corta”** realizzato in collaborazione dalle Camere di commercio di Ravenna e Forlì-Cesena.

“L'iniziativa – ha sottolineato **Paola Morigi**, segretario generale della Camera di commercio di Ravenna – *punta ad incrociare domanda e offerta, ad avvicinare produzione e consumo creando sinergie sul territorio tra entroterra e costa, turismo e ricerca di prodotti del territorio*”.

Il progetto, è curato sotto il profilo tecnico dal Cise, l'azienda speciale della Camera di commercio di Forlì-Cesena e punta a creare un sistema di commercio a “Filiera Corta”.

“L'obiettivo – ha spiegato **Luca Valli**, direttore del Cise – *è di collegare offerta enogastronomica e turistica. Come? Portando sulle tavole di alberghi, ristoranti, stabilimenti balneari, ma anche sugli scaffali di piccoli commercianti al dettaglio del territorio, la produzione alimentare delle province di propria competenza*”. A questo fine, le Camere hanno sostenuto la creazione di un “ambiente operativo” costituito da un contratto quadro di adesione, da una piattaforma web sulla quale gli acquirenti potranno effettuare gli ordinativi direttamente ai singoli produttori, e da un sistema logistico sufficientemente flessibile da permettere un servizio di consegna giornaliera che garantisce la continuità della catena del freddo ed il trasporto dei diversi tipi di prodotto che verranno commercializzati ad un costo sostenibile.

Il progetto è appena partito: il 21 giugno c'è stato l'inserimento dei prodotti, il 28 giugno i primi acquisti con questa metodologia. Sono 83 le aziende che hanno manifestato per ora la volontà di aderire e 47 quelle già operative sulla piattaforma (18 produttrici e 29 acquirenti). “Il 2010 – ha concluso Luca Valli – *sarà di sperimentazione. Durante l'estate sarà effettuata una approfondita opera di monitoraggio, sia quantitativa che qualitativa per evidenziare pregi ed aspetti da migliorare. Nel 2011 verrà approntato anche su queste risposte, un piano di comunicazione specifico*”.