



Dossier Produzioni biologiche

Il problema delle frodi: chi subisce i danni maggiori?

PAOLO CARNEMOLLA
Presidente FederBio

Il mercato del biologico è in forte crescita, almeno fino a tutto il 2010. Anche negli ultimi tre anni, i peggiori per quanto riguarda quasi tutto il comparto alimentare, gli acquisti domestici e l'esportazione dei prodotti biologici italiani sono cresciuti con percentuali a due cifre. Una crescita del mercato che, tuttavia, non ha trainato a sufficienza la produzione agricola nazionale ed è stata soddisfatta in maniera crescente dall'importazione dall'estero, in particolare dall'Europa orientale.

Nel dicembre scorso la Guardia di Finanza ha annunciato una frode importante nel comparto dei cereali e delle materie prime per mangimi. La frode, innanzitutto, è al fisco italiano in quanto si basava, principalmente, su fatture false per operazioni inesistenti. Tuttavia, in parte, è stata anche una frode a chi ha comprato prodotti che credeva biologici e che, invece, erano soltanto ottimi prodotti convenzionali senza residui di sostanze non ammesse nel biologico. La gran parte di questo prodotto convenzionale veniva acquistato in Romania, presso aziende certificate da un organismo di controllo tedesco: non si può certo parlare di una frode esclusivamente italiana.

La frode è diventata pubblica a dicembre 2011, ma gli organismi di controllo italiani erano già intervenuti a metà del 2010 per bloccare le produzioni coperte dai cer-

tificati falsi, denunciando i fatti alle autorità competenti e collaborando con le forze di Polizia per identificare tutti i prodotti non conformi. Purtroppo il Ministero italiano dell'Agricoltura, che è l'autorità competente nazionale per il biologico, non ha ordinato il sequestro dei prodotti e ha mancato nel coordinare l'attività degli organismi di controllo per la verifica dei certificati e delle vendite, impedendo di segregare completamente e tempestivamente tutte le partite di prodotto biologico falso.

Questo ritardo da parte del Ministero italiano e l'assenza di informazioni chiare e immediate sull'esatta quantità di prodotti commercializzati con certificati falsi hanno danneggiato l'immagine del sistema Italia. Il danno è ancora più grave perché il sistema italiano aveva comunque scoperto, isolato e denunciato la frode, mentre ancora a fine 2011 non risultava presa alcuna iniziativa seria da parte delle autorità competenti tedesche e rumene per scoprire e punire eventuali frodi relative a prodotti rumeni con certificazioni di organismi tedeschi.

La vicenda ha dimostrato che il sistema di certificazione biologico è a rischio in tutta Europa se non si prenderanno rapidamente provvedimenti per migliorare e mettere a sistema una comunicazione costante e in tempo reale fra gli organismi di certificazione e le autorità compe-

Biologico: bisogna rendere più efficienti e credibili i sistemi di controllo

Questa Rivista non può rimanere indifferente di fronte ad uno scandalo alimentare come quello emerso nel dicembre scorso dall'operazione "Gatto con gli stivali" condotta dalla Guardia di Finanza di Verona, conclusasi con la scoperta di una colossale frode commerciale di prodotti, falsamente biologici, per oltre 700.000 t, comprendente cereali e farine, soia, ortofrutta fresca, complessivamente corrispondenti al 10% del mercato italiano del biologico. La merce sequestrata è stata di 2.500 t; sette persone sono state arrestate (operatori veneti, emiliani, marchigiani e pugliesi). Ventidue le aziende coinvolte nella megatruffa, quasi tutti operatori dei mercati all'ingrosso.

Dunque, quali considerazioni trarne?

È emersa una clamorosa conferma sui dubbi da molti espressi circa la veridicità del sistema italiano di certificazione imposto dall'Ue al fine di potersi fregiare dell'etichetta "biologico" e quindi di realizzare profitti. Ciò mette a dura prova in Europa la "credibilità" del sistema di certificazione italiano, danneggiando i produttori onesti – che sono certamente la stragrande maggioranza e che operano seriamente in un comparto molto difficile come quello del biologico ortofrutticolo.

Una parte della stampa (es. "La Repubblica", a firma di Carlo Petrini) ha travisato la notizia dichiarando che non si trattava di biologico italiano, ma di prodotto estero, romeno nella fattispecie, anche se un impresario pugliese, largamente coinvolto perché titolare di varie aziende in territorio italiano e svizzero, aveva effettivamente importato cereali dalla Romania. Le falsificazioni anche nel sistema delle comunicazioni sono da respingere. Per combattere le truffe lo stesso Petrini suggerisce di orientarsi verso consumi di merce di provenienza locale. Come si possano precettare i consumatori indirizzandoli verso gli acquisti di prodotti "a chilometro zero" è difficile da immaginare.

Una proposta seria ci pare quella che qui ospitiamo, formulata dal Presidente FederBio Paolo Carnemolla, perché si propone di rendere più "trasparente" l'intera filiera per "gestire a sistema le notifiche delle transazioni commerciali a tutti gli organismi di controllo" in attesa che sia costruita una "piattaforma di controllo" informatica dedicata al biologico che, secondo il Ministero, avrebbe già dovuto essere operativa. Chiede FederBio di snellire regole e tempi inaccettabili (e costi) della burocrazia italiana ed europea, deprecando ritardi e silenzi del Ministero delle Politiche Agricole, su sequestri e altre misure da adottare. Rileva, infine, che una delle concause delle frodi è data dalle catene europee delle GDO che tendono a privilegiare l'acquisto di prodotti a basso prezzo, che dovrebbero per lo meno generare sospetti di possibili frodi, perché i costi del biologico "vero" sono molto alti.

Per parte mia vorrei sollevare il problema principale, cioè quello delle false certificazioni che hanno innescato il meccanismo delle false fatturazioni (scoperte dalla Guardia di Finanza). Occorre evidentemente mettere mano a una revisione di metodi e protocolli delle ditte autorizzate al controllo e alla certificazione dell'intero processo produttivo (sono una decina solo in Emilia-Romagna). L'attuale forma di coordinamento ministeriale si è dimostrata inefficiente. Occorre controllare (GdF o NAS o Asl) su campione l'operato di queste società, che devono validare le produzioni aziendali, nel mentre si fanno pagare il servizio dalle stesse aziende (che, in definitiva, equivale ad un'autocertificazione). Bisognerebbe evidentemente intervenire con severe sanzioni (es. sospensione delle licenze) in caso di riscontro di documenti infedeli o di comprovata falsificazione. Così come funzionano ora, ammesso che l'Italia sia allineata col sistema di certificazione europea, non va bene. E non basta incolpare l'Europa di queste disfunzioni.

Vorrei anche esprimere fiducia e incoraggiamento verso i centri di ricerca che stanno cercando di mettere a punto metodi di riconoscimento dei prodotti biologici da quelli convenzionali, obiettivo questo difficile da raggiungere. Vorrei in proposito citare l'iniziativa del progetto triennale "Authentic Food" per la messa a punto di metodi analitici basati sulla spettrometria di massa e di marcatori metabolici per validare l'autenticità dei prodotti biologici. Vi sono in Italia alcuni grandi laboratori attrezzati a questo fine: cito, ad es., lo Iasma di San Michele all'Adige. I campi di investigazione al momento sono rappresentati dagli isotopi dell'N in quanto l'uso eventuale di fertilizzanti chimici (anziché organici) dovrebbe essere scoperto dalla prevalenza di isotopi leggeri e quindi per mettere di riconoscere le due forme di N. I metaboliti primari o secondari sembrano utili per scoprire l'origine geografica del prodotto (es. olio d'oliva), ma potrebbero aiutare a riconoscere differenze qualitative, purché abbiano un riscontro dovuto al metodo di coltivazione, per es. presenza più o meno di carotenoidi o di acidi grassi insaturi nelle uova ed in certi ortaggi biologici. Tuttavia, queste metodologie sono ancora a livello di ricerca e sperimentazione, ma non è detto che non possano entrare in analisi di routine, per esempio trattando le colture biologiche con marcatori che rimangono poi accertabili nel prodotto in post-raccolta.

Aspettiamo fiduciosi; la scienza potrà certamente dare una mano a proteggere i veri coltivatori biologici. Intanto, come suggerisce FederBio, puntiamo sul miglioramento dell'organizzazione dei controlli. Ma occorre procedere in fretta!

S. Sansavini

tenti di tutti gli Stati membri. Anche su questo versante l'Italia, che pure da tre anni ha stanziato una somma enorme per costruire una piattaforma informatica dedicata al biologico, avrebbe dovuto da tempo fare da apripista, anche per il ruolo di leader nel settore biologico che ha in Europa.

La frode resa pubblica a dicembre 2011 rende necessario agire subito, senza più attendere i tempi inaccettabili della burocrazia italiana ed europea; dunque FederBio, la federazione unitaria di rappresentanza del settore biologico italiano, ha già avviato un proprio progetto per gestire a sistema le notifiche delle transazioni commerciali e tutte le altre informazioni utili agli organismi di controllo e alle imprese per rendere più sicuro il mercato.

Anche il mercato, però, deve darsi regole nuove nei rapporti fra produzione e altre componenti delle filiere,

con una maggiore trasparenza, facendo circolare le informazioni sulle situazioni sospette a tutti i soggetti interessati, con rapidità e senza farsi condizionare da secondi fini commerciali. È infatti evidente che le frodi si realizzano anche perché il mercato, in particolare quello tedesco, cerca prezzi sempre più bassi e non tiene in nessuna considerazione i costi di produzione reali del biologico, così come raramente gli operatori commerciali isolano i fornitori sospetti finché questi garantiscono prezzi più bassi di altri che si comportano, invece, onestamente. Sono proprio i produttori e gli operatori commerciali onesti quelli che subiscono il danno maggiore da queste frodi, dunque è per questi che è necessario intervenire subito per migliorare il sistema di certificazione e cambiare le regole del mercato. Non solo in Italia, ma in tutta Europa.

Del resto, il biologico rimane una delle opportunità e prospettive più interessanti per l'agricoltura italiana per

Le strategie di "Almaverde Bio"

I consumatori potenzialmente interessati al comparto dei prodotti salutistici si attestano attorno al 40% del totale; il 25% di questi consumatori dichiara di comprare, se pur con diversa periodicità, prodotti bio. La quota di mercato dei prodotti biologici rimane in Italia sotto il 3% della spesa alimentare. Questo significa che ci sono ampi margini di crescita. Secondo la nostra esperienza e sulla base di test che stiamo facendo in Italia ed in alcuni Paesi europei, Germania e Francia in particolare, quattro sono le chiavi per lo sviluppo del bio.

Primo: identificare bene l'area di vendita del biologico. Il consumatore deve trovare tutti i prodotti nella stessa area e non essere costretto a girare tutto il punto vendita per trovare quello che cerca. Secondo: una marca conosciuta che identifichi la confezione è uno strumento fondamentale per rassicurare il consumatore e rendere credibile l'offerta. Non basta dire che un prodotto è bio. Bisogna dargli un valore, un vissuto, un'anima. Nel negozio specializzato questo è meno importante perché è il gestore che garantisce, che consiglia, che rassicura. Nello scaffale della GDO il consumatore è solo e la marca serve a questo. E in questo settore in particolare la marca deve essere conosciuta ed autorevole. Terzo: anche nel biologico serve una promozionalità continua, che significa prevalentemente evidenziare i prodotti oggetto della promozione, sapendo che importanti tagli ai prezzi non provocano anche quell'incremento nelle quantità che siamo abituati a vedere nei prodotti tradizionali. Il consumatore si aspetta di risparmiare qualcosa – la nostra esperienza ci dice che il taglio prezzo ideale è circa il 20% che nelle merceologie tradizionali viene considerato troppo basso – ma con tagli prezzo molto forti – esempio 40-50% – non si vende di più e spesso si disorienta il consumatore. Quarto: innovazione continua. È indispensabile intercettare i nuovi bisogni del consumatore in termini di servizio e coniugarli con la salubrità e le garanzie che solo i prodotti bio possono offrire.

Almaverde Bio, quindi, si propone ai partner della moderna distribuzione partendo da un marchio ben noto ai consumatori, con un assortimento che comprende le principali merceologie dell'agroalimentare, una gamma di oltre 300 referenze e una grande propensione al servizio. Almaverde Bio non è una qualunque società di "trading". È una società consortile che associa 13 imprese, leader nell'agroalimentare, con una forte specializzazione nel proprio settore e con una grande esperienza nel bio, che hanno un unico obiettivo comune: far diventare il biologico un prodotto destinato ad una scelta quotidiana dei consumatori e non un prodotto per pochi eletti. Quindi, oltretutto un progetto di marca, Almaverde Bio è un grande progetto industriale.

Nel 2011 le vendite di prodotto a marchio supereranno i 32 M€, con un incremento del 7% sul 2010, nonostante la grave crisi che ha colpito il settore ortofrutticolo nel periodo estivo e di cui anche il biologico ha risentito. Inoltre la situazione in Grecia ha significato perdere 1,5 M€ di fatturato. Al netto di questi eventi straordinari la crescita sarebbe stata del 5%.

Lo scenario economico generale e dei consumi in particolare non invita certo all'ottimismo, tutt'altro. Noi però siamo convinti che questa situazione può diventare anche una straordinaria opportunità e per questo abbiamo definito una strategia che ci dovrebbe portare nell'arco dei prossimi due anni ad arrivare ai 50 M€ di fatturato.

Quali le linee dello sviluppo?

1 – Maggiori investimenti in comunicazione. L'entrata di nuovi partner e lo sviluppo delle vendite rende possibile questo importante obiettivo.

2 – Sviluppo dell'attività con la GDO. Ho già accennato precedentemente a questo punto che rimane l'asse portante della nostra strategia. Almaverde Bio è e sarà principalmente un marchio per la moderna distribuzione.

3 – Allargamento delle vendite nel "food service" e nel "normal trade". Anche in questa area vogliamo fare della caratterizzazione dei punti vendita una delle chiavi dello sviluppo.

4 – Incremento delle esportazioni in alcuni Paesi europei e in alcune aree a forte sviluppo. Stiamo facendo alcuni test, sul mercato francese e tedesco, utilizzando la rete vendita di alcuni nostri partner, per distribuire Almaverde Bio, che avrà all'estero l'immagine del biologico italiano. Inoltre, abbiamo identificato due aree geografiche a forte sviluppo, quali i Paesi del Golfo e la Cina, nei quali si comincia ad assistere alla richiesta di prodotti bio, per impostare una politica di marca. Certo qui non prevediamo di investire in comunicazione, ma gli sforzi che stiamo facendo sono rivolti alla distribuzione del prodotto.

Renzo Piraccini
Apofruit Italia



▲ È possibile cambiare le regole del mercato intervenendo sul sistema delle certificazioni.

poter conciliare la redditività delle imprese sul versante commerciale con la possibilità di mantenere le stesse agganciate all'evoluzione delle politiche europee. È infatti evidente che l'uso sostenibile delle risorse, la lotta al cambiamento climatico e la produzione di beni pubblici rimangono l'asse portante anche della riforma della PAC attualmente in discussione, che apre al biologico prospettive molto interessanti. Compromettere il vantaggio competitivo acquisito dall'Italia in questo settore, non solo dal punto di vista commerciale, non intervenendo adeguatamente e immediatamente sul versante del sistema di certificazione, sarebbe dunque un serio danno anche al futuro dell'intera agricoltura italiana.