

Agricoltura biologica e farmer's market

written by Rivista di Agraria.org | 28 febbraio 2012

Una breve analisi del ruolo dell'agricoltura biologica e dei farmers' market in una contea Irlandese

di Nicola Galluzzo

Introduzione

La multifunzionalità assegna all'agricoltore sia il ruolo di sentinella del territorio, in grado di prevenire eventuali danni alle aree rurali e che si ripercuoterebbero sulle aree urbane con un effetto a cascata di difficile gestione, sia il ruolo di soggetto economico in grado di produrre degli alimenti con un limitato ricorso a fertilizzanti e pesticidi. Tutto ciò ha due conseguenze importanti:

- 1) creare valore aggiunto alle produzioni che da semplici *commodities* diventano dei beni con un accresciuto valore aggiunto;
- 2) assegnare all'agricoltura il ruolo di bene pubblico, il che implica un ingente impegno di risorse in termini di lavoro e di tempo.

Per cercare di ottemperare alle nuove funzioni che vengono richieste all'agricoltore, appare necessario uno sforzo congiunto di tutti i portatori di interesse per cambiare la gestione aziendale. I farmers'markets e l'agricoltura biologica rappresentano una soluzione ottimale per migliorare la redditività aziendale e, nel contempo, tutelare gli interessi dei consumatori con un accorciamento della filiera, specificamente attraverso i farmers'markets, e la vendita di prodotti a basso contenuto di fattori esogeni e/o coadiuvanti la produzione ma ricchi in servizi aggiunti, come nel caso dell'agricoltura biologica. La diversificazione delle attività agricole rappresenta un elemento insostituibile per garantire la sopravvivenza delle aziende agricole collocate in tutte le aree svantaggiate europee a rischio marginalizzazione ma non solo.

Obiettivi

La presente ricerca vuole definire in una contea irlandese il ruolo, la funzione e l'impatto che l'agricoltura biologica e a vendita diretta dei prodotti agricoli possono avere per migliorare la competitività aziendale e le criticità che devono essere affrontate per potere operare all'interno di un contesto economico congiunturale.

In Irlanda le attività di diversificazione produttiva agricola si concentrano, rispetto al panorama agricolo italiano, sullo sviluppo della vendita diretta e delle produzioni agricole biologiche; le aziende agricole italiane, invece, hanno puntato sullo sviluppo dell'agriturismo, su altre attività di diversificazione, quale la produzione di energie rinnovabili, o su un completo ripensamento delle strategie produttive.

Risultati e discussione

Il sistema agricolo e produttivo Irlandese risulta essere caratterizzato da un'elevata specializzazione nella produzione di carne e di latte con un indotto che rispecchia le peculiarità aziendali e produttive. Da questa premessa, emerge come sia molto difficile attuare dei cambiamenti nei processi, nelle strategie e nelle tecniche produttive delle aziende agricole.

In Irlanda, una nuova idea di agricoltura specializzata in ortaggi e produzione di frutta, è comparsa e si è sviluppata in questi ultimi 15 anni poiché la maggior parte delle aziende agricole rimane specializzata nella produzione lattiero-casearia con aziende di dimensioni molto elevate, pari al triplo in termini superficie agricola coltivata rispetto a quella italiana, e in cui predomina l'allevamento rispetto alla cerealicoltura.

I farmers' market rappresentano un'opportunità per gli agricoltori irlandesi di migliorare la loro fonte di reddito, anche se in essi è difficile trovare direttamente l'imprenditore agricolo ma, invece, è più facile incontrare i suoi familiari. All'interno del percorso della vendita diretta è significativo trovare una nuova generazione di ventenni o trentenni, figli del titolare dell'azienda, che, rispetto alla generazione precedente, ha intrapreso un percorso di studi e di formazione agricola tecnico-professionale nel settore ortofrutticolo e che si sta specializzando nel prepararsi ad un nuovo approccio di vendita, sia attraverso il canale di vendita diretta che di accorciamento della filiera, mediante la vendita on line. Tuttavia, il farmers' market rappresenta uno strumento di vendita maggiormente diffuso rispetto alla vendita on line per le oggettive difficoltà delle produzioni agricole (deperibilità e fragilità del prodotto) ad essere stoccate, impacchettate ed inviate in varie località.

L'Unione Europea attraverso specifiche iniziative comunitarie, quali il L.e.a.d.e.r., e altre azioni previste nel programma di sviluppo rurale ha consentito lo sviluppo in Irlanda dei farmers' markets, il cui obiettivo è quello di accorciare la filiera ma, allo stesso tempo, essere uno strumento al servizio dell'imprenditore agricolo per testare la risposta dei consumatori ad acquistare il proprio prodotto tal quale e/o trasformato. Lo scopo è quello di definire un profilo ideale del consumatore, necessario per ripensare il percorso produttivo aziendale, posizionandosi, infine, all'interno del mercato con un proprio prodotto dotato di proprio marchio specifico, che il consumatore sa individuare direttamente e facilmente, acquistando solamente e direttamente il suo prodotto ed escludendo altre possibili aziende concorrenti.

A seguito della crisi economica che ha attanagliato e attanaglia tutti i Paesi europei, il farmers' market rappresenta per molti agricoltori irlandesi un'alternativa e un'opportunità per diversificare le fonti di reddito, concentrandosi su quelle che sono definite attività di off-farm, ossia extra - aziendali, utili per garantire un'occupazione alle giovani generazioni e assicurare una parziale stabilità al reddito familiare. Ciò, infatti, spiega perché all'interno dei mercati agricoli di vendita diretta è possibile trovare o giovani agricoltori con un elevato livello di formazione culturale - professionale o agricoltori oltre i cinquant'anni di età con una formazione culturale di base.

Le ragioni che spingono l'agricoltore a cambiare la propria strategia aziendale, puntando sui farmers' market, sono molteplici, anche se la ragione principale è quella di puntare ad una diversificazione produttiva necessaria, con un basso livello di investimento di capitale, a stabilizzare la fonte di reddito aziendale. Infatti, in periodo di crisi economica e di recessione il numero di farmers' market tende a rimanere stabile, il che dimostra come la vendita diretta non è una strategia transitoria che segue le mode, in cui può essere facile improvvisarsi, ma il farmers' market rappresenta una scelta motivata e ben radicata nella gestione aziendale, consolidatasi nel tempo e nello spazio.

L'agricoltura biologica è tipica di aziende irlandesi con una limitata superficie produttiva in cui l'età media dell'imprenditore, in genere con un'alta formazione culturale di natura tecnico-scientifica in altri settori esterni a quello agricolo, è di 35-40 anni. Lo scopo dell'imprenditore agricolo biologico è quello di produrre un prodotto che non sia una semplice commodity ma un qualcosa che sappia offrire un servizio ossia quello di tutelare la salute dei cittadini, facendo un basso ricorso a fertilizzanti e pesticidi. Le misure finanziate dal Programma di Sviluppo Rurale Irlandese consentono di aiutare l'imprenditore agricolo nella fase di conversione da agricoltura convenzionale a quella biologica, anche se nel prossimo anno, a seguito delle ristrettezze di bilancio, potrebbe essere possibile una riduzione dei fondi erogati, per favorire la diffusione dell'agricoltura biologica in Irlanda. Nonostante la crisi economica e i prezzi di vendita, superiori rispetto al prodotto convenzionale, il consumatore irlandese sembra propenso ad acquistare un prodotto agricolo biologico, il quale per il 90% viene venduto direttamente all'interno dei farmers' market, incontrando uno specifico segmento di consumatori, che sta uscendo da un ambito di nicchia per riposizionarsi in un segmento abbastanza consolidato di medio - alto reddito.

Conclusioni

Questa breve disamina del farmers' market e dell'agricoltura biologica in Irlanda dimostra la necessità di accorciare i canali di vendita del prodotto e di ripensare le strategie commerciali e gestionali delle aziende agricole ed in particolare di quelle di limitate dimensioni, evidenziando delle similitudini ed analogie con quanto sta avvenendo in Italia, con la diffusione dei farmers' market e delle produzioni biologiche in ambiti aziende con superfici abbastanza limitate. Le prospettive economiche appaiono abbastanza positive e, nel prossimo futuro, al termine di questa fase di recessione, saranno in grado di garantire una maggiore competitività delle aziende agricole che dovranno diventare il baluardo della promozione della multifunzionalità per evitare la marginalizzazione delle aree rurali.

Nicola Galluzzo, dottore di ricerca in Scienze degli alimenti, si è laureato in Scienze agrarie presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza, conseguendo il perfezionamento in Economia del turismo e in Gestione e organizzazione territoriale delle risorse naturali presso l'Università La Sapienza di Roma, in Studi europei presso la Facoltà di Scienze politiche dell'Università di Genova e in Controllo e autocontrollo degli alimenti presso la Facoltà di Medicina e chirurgia "A. Gemelli" di Roma. Assegnista di ricerca presso l'Istituto Nazionale di Economia Agraria (Inea). E-mail: nicoluzz@tin.it



Esempio di farmer's market

Acquista semi da Agricoltura biologica - Arcoiris



Semi bio certificati delle principali colture orticole: basilico, bietola, carota, cavolo verza, cetriolo, cicoria, cima di rapa, fagiolo, finocchio, lattuga, melanzana, peperone, pisello, pomodoro, prezzemolo, ravanello, rucola, zucchini

[Acquista online >>>](#)

