

È di moda il biologico

Boom salutistico-impreditoriale dell'agricoltura biologica. Proliferano le 'nuove fattorie', i cui prodotti sono ormai pretesi anche nella grande ristorazione. L'Abruzzo ha visto nascere alcune tra le prime realtà in Italia. E adesso sorgono i Biopoint...

di Sara De Santis

"Siamo ciò che mangiamo". Un'intuizione filosofica che percorre da molti anni il dilagare del biologicamente correct. Mai come adesso, dopo la psicosi mucca pazza e il timore suscitato dalla diffusione degli organismi geneticamente manipolati, il cibo sano e genuino ha esercitato un ascendente così forte sul consumatore nostrano.

I prodotti biologici, fino a poco tempo fa destinati ad un mercato di nicchia e per lo più relegati nelle dispense di salutisti convinti (magari anche un po'

snob), conquistano la tavola delle famiglie abruzzesi.

Nella nostra regione la bioagricoltura si sta rivelando un settore in continua espansione e, perché no, anche una buona occasione di business e di nuova occupazione. In questo contesto, s'inserisce il biopoint, novità assoluta in Italia lanciata dalla Bioabruzzo, il principale consorzio agro-alimentare del Centro sud, per facilitare la diffusione dei prodotti biologici. Il biopoint non è altro che l'applicazione pratica della filosofia di vendita più

diretta ed efficace, ossia quella "dal produttore al consumatore".

Un escamotage che consente di abbattere i costi dei prodotti biologici, spesso fatti lievitare dall'esistenza di una complessa rete di distribuzione, e di avvicinarli il più possibile a quelli dei prodotti convenzionali. "Senza contare gli innumerevoli vantaggi che il consumatore ne può trarre" – spiega l'agronomo Alessandro Bucciarelli, presidente della Bioabruzzo – "visto che i prodotti coltivati con metodi biologici non contengono residui di antiparassitari, di concimi di sintesi o pesticidi". Il biologico, quindi, non è di per sé sinonimo di sano ma costoso. "I prezzi di questi alimenti possono scostarsi al massimo del 10, 15 per cento da quelli dei prodotti convenzionali", dice Bucciarelli.

"Il problema è che, durante tutta la filiera della distribuzione, i costi subiscono un ricarico del 150, a volte perfino



Come aprire un Biopoint

Il biopoint è il classico uovo di Colombo, ideato da Bioabruzzo, per risolvere il problema del ricarico di prezzo sui prodotti biologici. Si tratta né più né meno di uno spaccio spartano, in legno o in mattoni (e comunque in materiali ecologicamente compatibili), dove alimenti di qualità possono essere acquistati a prezzi concorrenziali rispetto ai prodotti convenzionali. Finora il progetto di Bioabruzzo, già presentato all'assessorato regionale competente, ha riscosso centinaia di manifestazioni d'interesse da tutt'Italia. Per diventare biopointer basta un po' di buona volontà, capacità d'iniziativa e un investimento complessivo di 50 milioni. La Bioabruzzo, comunque, si propone di sostenere i futuri gesto-

ri dei corner biologici tramite l'organizzazione di appositi corsi di formazione, e, in collaborazione con la Carichieti, di facilitare l'accesso a finanziamenti agevolati, che possono arrivare fino a 300 milioni (200 in conto capitale più 100 per le spese). I biopoint sono praticamente dei punti vendita in franchising, senza l'onere delle royalties. Tutti i prodotti dei singoli biopoint, spacci tradizionali ma, al tempo stesso, ultramoderni, saranno infatti messi in rete, in modo da definire i prezzi in maniera univoca ed evitare scorte di magazzino. Bioabruzzo prevede di partire con 12 corner biologici in tutto l'Abruzzo, attrezzati per la consegna a domicilio, e con un indotto occupazionale di circa 55 unità.

del 200 per cento. Ecco perché, con l'idea dei biopoint, ci stiamo prodigando nella ricerca di sistemi di distribuzione alternativa, meno onerosi per il consumatore".

Il problema si può ovviare con i cosiddetti G.a.s., sigla che sta per "gruppi di acquisto solidali". Si tratta di più consumatori che, per ottenere agevolazioni, si associano in cooperative per approvvigionarsi di prodotti biologici al prezzo d'ingresso che essi hanno nella catena della distribuzione e

direttamente da una delle 680 aziende agricole che aderiscono a 'Verde Abruzzo', l'associazione regionale produttori biologici. Ma quali sono i prodotti più richiesti?

Al primo posto pasta, pomodoro, olio, ma anche pizza, biscotti, succhi, miele, confetture, caffè e l'ultimo nato di casa Bioabruzzo: il pomodorino in salsa, che mette al bando acido ascorbico ed addensanti. Oltre alle applicazioni nel settore agro-alimentare, il bio si presta anche ad essere

indossato, con le fibre tessili ecologicamente compatibili, o ad essere utilizzato nel campo della cosmesi.

Le colture biologiche in Abruzzo sono in costante espansione; attualmente ammontano a circa 4700 ettari e si stima che, di qui a tre anni, ben il 50 per cento del territorio regionale sarà coltivato con i metodi della bioagricoltura. L'ultima tendenza è senz'altro quella degli agriturismi bioecologici, costruiti senza colle e con materiali rigorosamente ecocom-

Nel Fucino l'azienda Aureli

Sull'altopiano del Fucino, alle pendici del Parco Nazionale d'Abruzzo, da un'esperienza trentennale nella coltivazione, produzione e trasformazione di carote nasce l'Aureli, una delle aziende leader nel settore della bioagricoltura. Oltre ai prodotti più tradizionali (succhi, creme e concentrati), l'Aureli ha di recente lanciato un nuovo prodotto, la farina di carote, destinata alla preparazione di piatti ricchi di fibre e vitamine. Grazie ad una capillare rete di distribuzione, l'azienda agricola abruzzese ha già conquistato i mercati internazionali, in particolare quelli tedeschi, spagnoli, francesi e statunitensi, per quanto riguarda la fornitura di carote sia come prodotti finiti che sotto forma di materie prime. Un mercato estremamente florido si è rivelato anche quello dell'Estremo Oriente. Sono numerosi, infatti, i succhi di carota Aureli che, sotto diverso marchio, fanno bella mostra sugli scaffali dei più importanti supermercati giapponesi. In Abruzzo i prodotti restano sono ancora confinati in un mercato un po' di nicchia e venduti solo nei punti vendita specializzati. Ogni anno, l'azienda produce circa 100mila bottiglie di succhi di carote su 100 ettari di coltivazioni, concentrate essenzialmente nell'altopiano del Fucino. "Le produzioni incrementano di anno in anno" - spiega Alessandro Aureli - "e un uguale sforzo viene riposto nella promozione dei nostri prodotti in Italia e all'estero. Siamo presenti in tutte le principali fiere di prodotti biologici, come quelle di

Roma, Bologna e Rimini, nonché al Brofach di Norimberga e all'Anupa di Colonia". L'Aureli investe molto anche sul versante della promozione dell'immagine aziendale, contribuendo a finanziare la scuola di drammaturgia fondata nel piccolo borgo di Gioia Vecchio su iniziativa della scrittrice Dacia Maraini. Da quest'anno, parte dei proventi della vendita delle bottiglie di carote saranno devoluti a favore delle iniziative del laboratorio e al Festival del teatro che si svolge ogni estate nella suggestiva cornice dell'antico borgo abruzzese, alla presenza di grandi nomi del palcoscenico, come Franca Valeri e Piera Degli Espositi.

patibili. In Abruzzo sono sei gli agriturismi doc e godono della certificazione Aia, associazione italiana agricoltura biologica. Infine qualche consiglio utile per il consumatore, che spesso ha difficoltà ad orientarsi nella giungla delle etichette biologiche. "Innanzitutto bisogna verificare che sul prodotto sia apposto il bollino europeo per l'agricoltura biologica" - conclude Bucciarelli - "Almeno il 93 per cento degli ingredienti base del-

l' a l i m e n t o deve avere origine biologica. Ogni prodotto, poi, ha un codice che lo identifica e su cui vanno indicati la sua provenienza, il nome del relativo organismo di controllo e il codice del produttore". Il vero prodotto biologico, inoltre, non dovrebbe subire eccessivi ricari-

chi di prezzo e costare al massimo fino al 40 per cento in più rispetto a quello convenzionale. Insomma, occhio alle imitazioni e, soprattutto, alle informazioni riportate sulle etichette. ●

