



**ASSOCIAZIONE ITALIANA  
AGRICOLTURA BIOLOGICA  
LOMBARDIA**



Regione Lombardia

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali  
PSR 2007-2013 Direzione Generale Agricoltura

## ***Il biologico in ambiti territoriali omogenei: la Val Camonica***

**Progetto realizzato nell'ambito del PSR 2007-2013 Misura 133 - Anno 2013**



### ***Il contesto: uno sguardo sulla Val Camonica***

La Valcamonica è tra le valli alpine lombarde una delle più ampie e profonde. Le scritte rupestri testimoniano come gli insediamenti umani già migliaia di anni fa, siano stati agevolati dalla sua struttura morfologica ricca di acque, terre fertili e pascoli alpini. La Valcamonica nella sua parte bassa, nella piana della valle, fertile e pianeggiante, permetteva la coltivazione di seminativi che sfruttavano il fiume Oglio e i suoi torrenti immissari per l'irrigazione. Sulle coste dei monti, frutteti, vigne e anche seminativi e orti potevano dare produzioni cospicue lungo tutta la vallata. La ricchezza delle popolazioni era costituita dalle

numerose mandrie di animali domestici sia bovini , ovini e caprini che dilagavano nei pascoli dalla valle bassa a quella alta. Altre fonti alimentari erano costituite dai pesci del fiume Oglio e dei numerosi laghi alpini e dalla fauna selvatica piccola ,media e grande che popolava numerosa i boschi e i pascoli alti. Insomma una specie di Paradiso Terrestre alimentare tanto che risulta dagli annali che verso la fine del 1600 la popolazione della valle era di 50.000 persone, un poco meno della metà di ora, mentre la popolazione italiana era di 15 milioni di abitanti meno di un quarto di adesso; ciò a dimostrare come il territorio fosse benevolo e ricco con i suoi abitanti, nonostante situato in zona montana.

Ai nostri giorni l'agricoltura e l'allevamento in Val Camonica sono ugualmente una voce economica considerevole, anche se con lo sviluppo demografico (120.000 abitanti che nelle stagioni turistiche più che raddoppiano), i terreni agricoli e quelli atti all'allevamento si sono drasticamente ridotti. Le abitazioni, i servizi e le industrie si sono naturalmente e maggiormente costruite nelle pianure del fondo valle, anche se l'insediamento delle seconde case si è propagato specialmente nelle località turistiche situate nelle valli attigue ed in alta valle. Questo proficuo sviluppo economico, sia industriale che turistico, ha portato negli ultimi decenni gli abitanti della Valcamonica, ad eliminare le differenze economiche che caratterizzavano le popolazioni delle città lombarde con quelle delle valli e delle montagne. Ultimamente esercitare l'attività del piccolo e medio agricoltore e allevatore risulta sempre più difficile ed oneroso per tutta una serie di ragioni che qui non andremo ad analizzare. L'agricoltura biologica, intesa nel suo insieme di attività agricole/pastorali/ittiche, rappresenta una importante possibilità di reddito per la popolazione agricola della Valcamonica. Una prospettiva di lavoro specialmente per i giovani e le donne che sono molto attente alle novità e alla salvaguardia dell'ambiente.

Il fattore turistico gioca un aspetto rilevante in una valle che attira per le sue bellezze paesaggistiche e le sue innumerevoli attività sportive. E' quindi molto importante avere delle aziende agricole ad indirizzo anche zootecnico che salvaguardino l'ambiente dando prodotti locali biologici. Questi, valorizzando i sapori della valle stimolano il loro consumo in loco e attraverso i turisti si diffondono nelle città. Da pochi anni è attiva l'Associazione *Valcamonicabio*. È una realtà molto attiva e promuove con insistenza attività di promozione nella valle per agricoltori e consumatori. Chiaramente nel tempo è diventata l'associazione locale nella quale il settore dell'agricoltura biologica della Valcamonica fa riferimento.

## **Scopo dell'indagine**

La finalità dell'indagine è quella di verificare quali canali commerciali possano essere implementati al fine di potenziare e valorizzare le produzioni biologiche della Val Camonica e aumentare nel tempo le superfici dedicate a questo metodo di produzione. La fase fondamentale di mappatura delle attuali realtà e delle filiere di commercializzazioni esistenti per le produzioni biologiche, è l'azione preliminare per poter strutturare ipotesi di lavoro complementari o alternative. La visione complessiva delle produzioni dovrebbe favorire la possibilità della composizione di un paniere di prodotti. La logica di promozione delle produzioni di un contesto produttivo così particolare perché geograficamente omogeneo, passa dalla promozione delle

produzioni come aggregato territoriale più che sulla promozione delle singole produzioni aziendali. In questa prospettiva si può parlare quindi di conversione dei territori più che di conversione delle aziende agricole.

Quello che si produce, da un punto di vista promozionale, è un marketing territoriale che diventa un plus anche per le singole aziende.

L'articolazione dell'indagine ha come obiettivo anche la costruzione di proposte operative che possano diventare linee di riferimento per tutti i contesti geo-sociali simili alla Val Camonica.

## ***Azione 1: Monitoraggio delle realtà agricole***

Le aziende prese in considerazione sono aziende agricole iscritte all'albo regionale della aziende agricole biologiche o che hanno ufficialmente iniziato il periodo di conversione.

PRODUTTORE	PRODOTTO	PAESE	HA
Agricola Società Cooperativa Sociale Onlus	Ortaggi, piccoli frutti, polli, uova, melo, pesco, susine, albicocco, olivo, vino	Breno (Bs)	2.7
Apicoltura Lares	Miele, ortaggi	Edolo (Bs)	0.1
Azienda Agricola Coda Di Lupo	zafferano, ortaggi, erbe officinali	Malonno (Bs)	0.6
Azienda Agricola In Collina	ortaggi, aromatiche e officinali	Solto Collina (Bg)	2.1
La Melonica	Mele	Edolo (Bs)	0.13
Azienda Agricola La Fabbrica del Gusto di Pamela Tosa	Miele, piccoli frutti, erbe aromatiche e officinali	Saviore dell'Adamello (BS)	2.8
Azienda Agricola Shanty Maè di Messali Paolo	Piccoli frutti, erbe officinali	Saviore dell'Adamello (BS)	2
Azienda Agricola Via del campo	Ortaggi, piccoli frutti, olive	Solto Collina (Bg)	8
Azienda Agricola La Muraca	Patate, mais, vino	Losine (Bs)	1.5
Azienda Agricola Le Silere	Mais, patate, kiwi, vigneto, Pasta, biscotti, confetture, salumi	Gorzone di Darfo (Bs)	0,8
Azienda Agricola Ligabue Antonio	Vino	Capo di Ponte (Bs)	1,5
L'Usignolo di Tosini Sara	Ortaggi, frutteto, castagneto, piccoli frutti, aromatiche e officinali	Cedegolo (Bs)	6

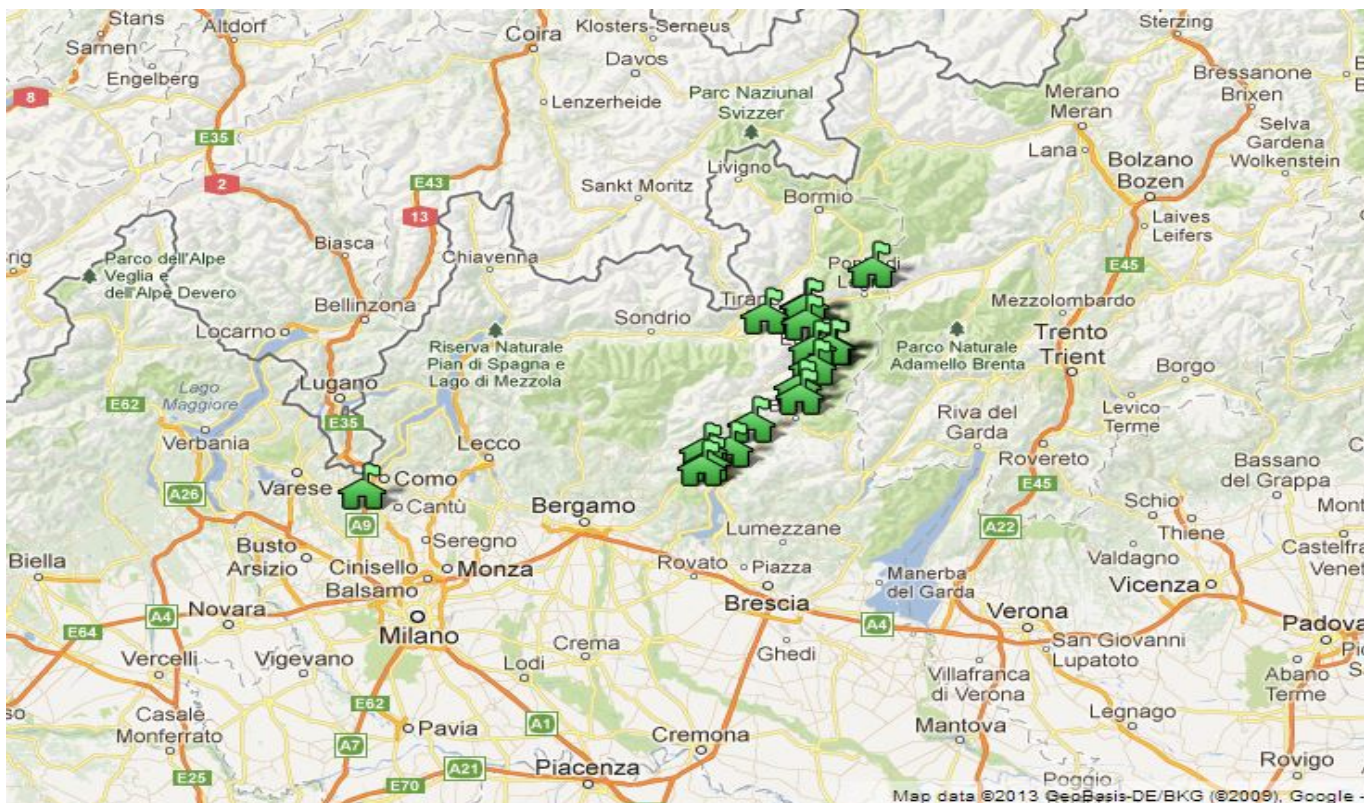
Azienda Agricola Moscardi	Piccoli frutti, prato	Guanzate	9.2
Azienda Agricola Biologica Bezzi	Bovini da latte, Formaggi, latte crudo	Ponte di Legno (Bs)	400
Rampicante di Menera Elia	Erbe aromatiche e officinali, miele, prato	Sovere (Bg)	1.3
Azienda Agricola Biodiversità Naturali	Susine, pesche, albicocche, ciliegie, pere, mele	Costa Volpino (Bg)	0.66
Azienda Agricola Comazera	Ortaggi, piccoli frutti, erbe aromatiche e officinali, prato	Corteno Golgi (Bs)	13.9
Azienda Agricola Planost	Piccoli frutti, ortaggi, erbe aromatiche e officinali	Cevo (Bs)	1.7



**Note:**

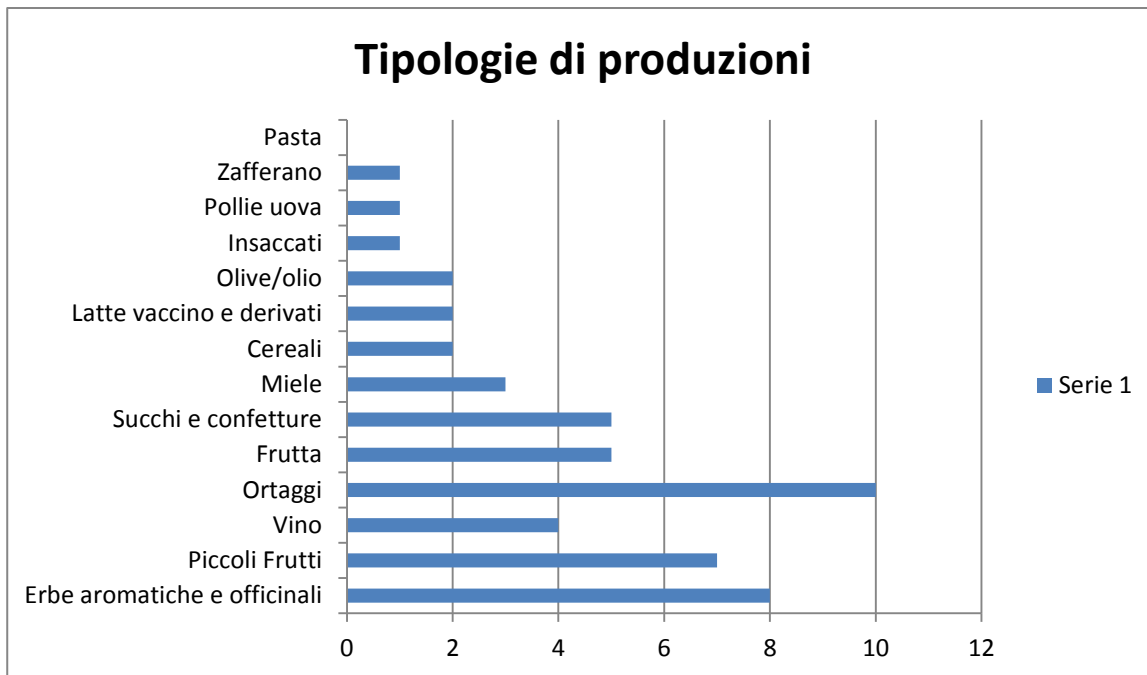
- **1: la dimensione totale dedicata alla produzione biologica e in conversione al bio è di 455 Ha**
- **2: la dimensione media aziendale se si tiene conto dell'eccezione dell'azienda di oltre 400 ha è di 3.25 Ha**

## Cartina della distribuzione geografica delle aziende



## Azione 2: *Strutturazione di un paniere*

PRODOTTO	n. aziende	PRODOTTO	n. aziende
Erbe aromatiche e officinali	8	Cereali	2
Piccoli Frutti	7	Latte vaccino e derivati	2
Vino	4	Olive/olio	2
Ortaggi di stagione	10	Insaccati	1
Frutta	5	Polli e uova	1
Succhi di frutta/confetture	5	Zafferano	1
Miele	3	Pasta	1



## Qualche considerazione

Dall'analisi delle aziende agricole interessate alle ricerche (18 su 21 totali presenti sul territorio) emerge una situazione per la quale le aziende in conversione al metodo biologico rappresentano più del 50% di quelle totali comprensive quindi anche delle aziende agricole biologiche già certificate. Risulta chiaramente visibile dalla cartina, come le aziende agricole biologiche e in conversione interessate alla mappatura sono ben distribuite lungo tutta la valle. Questo rappresenta un importante elemento perché contribuisce a delineare anche possibilità interessanti di sinergie tra le varie realtà imprenditoriali.

Le superfici aziendali medie, così come riscontrate dalla nota 2 della tabella dell'AZIONE 1 *Monitoraggio delle realtà agricole*, rientrano nella categoria delle piccole aziende. Si possono notare cospicue superfici a prato che se messe in produzione (orto, frutteto, vigna etc. e allevamenti vari) costituirebbero un allargamento delle produzioni. Per quanto riguarda le discrete superfici a bosco, anche queste rappresentano un potenziale interessante in termini di diversificazione produttiva e di sfruttamento delle risorse già presenti. È quindi possibile trovare soluzioni che diano risultati economici in aggiunta alla normale produzione di legna (come per esempio: castagni e noci).

Le coltivazioni più in uso sono i piccoli frutti, le piante officinali, l'orticoltura. In seconda battuta la coltivazione dello zafferano; frutteti di melo, susino e albicocco; vigneti e olivi. I seminativi sono poco coltivati e le patate pure.

L'apicoltura è sviluppata, mentre le aziende di allevamento animale sono ancora poche rispetto alle possibilità ambientali.

I prodotti trasformati specialmente vino e miele sono presenti in diverse aziende.

Le aziende sono ben equipaggiate con macchinari e attrezzature all'altezza e forse anche più rispetto alle loro produzioni.

## **Le attuali linee di commercializzazione**

I prodotti aziendali, sia freschi che trasformati, vengono venduti quasi totalmente con la vendita diretta in azienda, attraverso i mercati e i 4 GAS del territorio. La possibilità di una filiera corta di alimenti biologici della valle è già una realtà: per i GAS (Gruppi di Acquisto Solidale) del territorio e della bresciana, e per i privati soprattutto nel periodo estivo con la vendita legata alla presenza dei molti turisti che affollano la valle. L'elemento centrale della crescita della commercializzazione dei prodotti da agricoltura biologica in Val Camonica in questi ultimi due anni è la presenza della associazione *Valcamonicabio* che rappresenta il momento catalizzatore dello sviluppo non solo economico ma anche culturale del biologico nella Val Camonica. L'associazione, di cui fanno parte i 4 GAS del territorio, alcuni produttori biologici e in conversione e i due Osservatori di Darfo ed Edolo, è una rete di soggetti che attraverso la produzione agricola biologica (fresca e trasformata), ha come obiettivo di fare da volano e da stimolo per uno sviluppo economico, sostenibile e rispettoso delle bellezze ambientali della valle. Attraverso un continuo impulso culturale che valorizzi l'applicazione delle energie rinnovabili, di un turismo sostenibile, di una alimentazione genuina locale, di un rispetto ed amore per le ricchezze naturalistiche e quindi per un generale miglioramento della qualità della vita, questa rete ha gettato le basi per la costruzione, non solo informale ma sostanziale, del *Biodistretto della Val Camonica*.

## **Le potenzialità produttive e commerciali**

La fase di mappatura sul territorio e il confronto con gli attori locali, ha evidenziato la presenza di moltissime realtà agricole attualmente gestite in modo convenzionale pronte a scegliere di intraprendere il percorso per la conversione al biologico quindi con ricadute importanti in termini di aumento di superfici dedicate al biologico e all'aumento delle produzioni complessive del territorio.

È di tutta evidenza che in potenzialità di commercializzazione di prodotti biologici di un brand preciso come quello veicolabile da un contesto territoriale così particolare, è un plus importantissimo. Inoltre va sottolineato l'interesse delle istituzioni locali e delle associazioni di settore alla crescita di questo percorso. Da segnalare sono infatti le collaborazioni che a vario livello si sono realizzate con i comuni di Edolo, Ponte di Legno, Capodiponte, Cerveno, Malegno, Breno, Ossimo e Darfo. Inoltre si sono instaurate delle collaborazioni con la Comunità Montana di Valle Camonica, l'Università della Montagna di Edolo, l'Associazione "La Buona Terra" e "Città de Bio".

In particolare è da segnalare la collaborazione con AIAB (Associazione Italiana Agricoltura Biologica) Lombardia. Diverse le iniziative intraprese congiuntamente tra le realtà del Biodistretto ed AIAB Lombardia nel 2012/2013:

- la partecipazione ad alcune riunioni di analisi del PSR lombardo, con la presenza di funzionari della regione a cui vi è stato modo di presentare Valcamonicabio;
- un corso di orticoltura biologica in montagna tenuto ad Esine nel febbraio del 2013 con la presenza di esperti produttori di montagna;
- l'organizzazione del convegno tenuto ad Esine sempre nel febbraio del 2013: *"La nuova agricoltura: ritorno al futuro. Esperienze in Italia e nel territorio camuno"*.
- l'accompagnamento tecnico per lo sviluppo del settore;
- la progettazione di corsi dedicati alla zootecnia in montagna da realizzare nel 2013/2014.

A testimonianza della vitalità e della partecipazione e presenza in valle di Valcamonicabio si elencano le tappe e le attività più importanti dell'associazione:

## **...e i limiti emersi per lo sviluppo del settore**

Come sottolineato in precedenza, molte realtà sono in conversione ma molte attendono "alla finestra" che si scioglano alcuni nodi.

Per le aziende convenzionali il passaggio al bio è frenato da alcuni aspetti:

- le realtà sono spesso micro realtà che hanno problemi legati ai costi della certificazione;
- molte di queste realtà sono zootecniche e hanno un problema legato ai costi e all'approvvigionamento biologico di mangimi per i loro allevamenti e la difficoltà di poterli produrre in loco;
- la carenza di un approccio tecnico specifico al mondo della produzione biologica. Nella valle c'è sicuramente un ottimo livello di competenze tecniche degli agricoltori e non mancano agronomi e periti agrari, ma il metodo biologico richiede una conoscenza specifica della materia e il sostrato del territorio ancora non offre adeguate risposte in materia ne tantomeno collaudate e significative esperienze produttive.

Ma più in generale gli aspetti deficitari sono apparsi:

- la commercializzazione dei prodotti legata unicamente alla filiera corta locale attualmente ancora poco sviluppata, non assicura una vendibilità del complessivo aggregato delle produzioni;
- la difficoltà di aggregazione e la non omogeneità delle produzioni non consente di poter rispondere a mercati diversi dalla filiera corta, come per esempio la ristorazione collettiva dei comuni della valle, o i grossisti che richiedono standardizzazioni dei lotti prodotti;
- un marketing territoriale che sappia proporsi al di fuori del territorio camuno;
- la carenza di una fattiva progettazione produttiva comune;
- una logistica inadeguata alla diversificazione delle filiere di commercializzazione



# Proposte preliminari di consolidamento e strutturazione per creare i presupposti necessari alla crescita dei volumi dei prodotti biologici e alla loro vendibilità

## 1. Il problema della certificazione

La Val Camonica è un esempio emblematico di come il sistema attuale di certificazione non sia completamente aderente alle necessità di molte aziende agricole soprattutto in contesti così particolari segnati da una diffusa e omogenea presenza di piccole e piccolissime aziende agricole. I costi di certificazione sono uno scoglio importante per molte aziende che rimangono, di fatto, ai margini del sistema. L'altro aspetto problematico è l'aggravio burocratico che aziende così piccole dovrebbero sostenere, rendendo difficile seguire tutti gli adempimenti.

Ecco allora come questo ambito particolare può prestarsi a sperimentazioni di sistemi di certificazione diversi dalla certificazione di parte terza che possano far rientrare molte aziende nell'alveo di un percorso condiviso e ufficiale. La problematica della revisione della certificazione appartiene alle discussioni del biologico attuale e nel mondo molte realtà stanno provando a strutturare percorsi non alternativi ma integrativi della certificazione di parte terza.

Certificazione di gruppo: a livello europeo si è riaperta la discussione sulla certificazione di gruppo che in Europa non è ammessa ma che in molte altre parti del mondo (Sua America in particolar modo) si pratica in modo diffuso.

La certificazione di gruppo rimane all'interno della cosiddetta certificazione di parte terza. La certificazione di gruppo, può essere strumento di accompagnamento fondamentale alla nuova frontiera del biologico italiano: andare oltre la conversione della singola azienda e cercare di convertire i territori. La certificazione di gruppo si propone come la modalità più adatta, efficace ed efficiente per garantire un sistema simile. L'Europa non ci concede di praticarla pur avendola autorizzata, da anni, nei Paesi Terzi. Con adeguati aggiustamenti, la certificazione di gruppo è una grandissima opportunità e la sperimentazione fatta nel Parco del Cilento e Vallo di Diano (il primo Biodistretto d'Europa) e nel Parco della Maremma (grazie all'ottima collaborazione di Federparchi), confermano che si può fare. Lo stesso vale per le cooperative di produttori che trasformano in maniera associata il proprio prodotto, come i frantoi sociali, le cooperative di castanicoltori, le cantine sociali e tante altre realtà, cui i produttori sono fortemente legati e tentano di aumentare il valore aggiunto delle proprie attività.

I sistemi partecipativi di garanzia: la sperimentazione degli SPG rappresentano la parte più innovativa del lavoro. I Sistemi Partecipativi di Garanzia sono un modello di certificazione non basato sulla valutazione di parte terza, ma sulla partecipazione attiva di produttori e consumatori, praticato in giro per il mondo con indubbi successi. I Sistemi Partecipativi di Garanzia condividono con i sistemi di garanzia di parte terza

l'obiettivo comune di offrire una garanzia credibile ai consumatori in cerca di prodotti biologici. La differenza sta nel tipo di approccio. Come il nome suggerisce, la partecipazione diretta dei produttori e persino dei consumatori, nel processo di garanzia non soltanto viene incoraggiata, ma può anche essere considerata un requisito. Tale partecipazione è realistica nel contesto di piccole coltivazioni e filiere, e dei mercati diretti che i SPG serviranno con maggiore probabilità. La partecipazione attiva dei soggetti interessati determina un maggiore potere ma anche una maggiore responsabilità. Ciò richiede ai programmi di SPG di dare alta priorità alla conoscenza e al rafforzamento di capacità e competenze, non solo per i produttori ma anche per i consumatori. Il coinvolgimento diretto permette ai programmi di SPG di essere meno onerosi in termini di documentazione e dei requisiti di rivelazione, elemento importante posto che i SPG intendono coprire tutti gli aspetti necessari a condurre i piccoli produttori ad un sistema di produzione biologico.

In forte contrasto con i programmi di certificazione esistenti, il cui presupposto è che i produttori debbano provare di rispettare le norme prestabilite per poter essere certificati, i programmi di SGP sottendono un approccio basato sull'integrità, che prende vita da un fondamento di fiducia. Si costruiscono a partire da tale presupposto, con una trasparenza e un'apertura incomparabili, mantenute in un ambiente che minimizza le gerarchie e i livelli amministrativi”

La sperimentazione più d'avanguardia si sta svolgendo proprio in Lombardia, dove di Desr (Distretti di Economia Solidale) di Como, Varese e Monza Brianza in collaborazione con AIAB come componente tecnica, hanno avviato le commissioni nel 2012 e i lavori della prima fase si chiuderanno nel 2013.

## **2. La questione zootecnica**

L'ostacolo maggiore alla crescita del comparto zootecnico biologico è rappresentato dalla filiera dei mangimi biologici che risulta alla fine, per l'allevatore, a prezzi troppo elevati. Il passaggio necessario dovrebbe essere la collaborazione tra i produttori/allevatori, per poter organizzare una produzione interna alla valle che possa abbassare i prezzi e dare quindi un impulso alla zootecnia. La difficoltà sta nella produzione di seminativi intensivi dato che i migliori terreni pianeggianti ed irrigui sono ormai coperti dalle costruzioni. Essenziale quindi diviene la crescita di competenze tecniche per migliorare anche la campicoltura biologica in valle, riscoprendo varietà di grani autoctoni, lavorando sulla selezione varietale, su soluzioni irrigue innovative, migliorando le rotazioni, sviluppando la filiera completa. In questa direzione c'è da segnalare il corso di zootecnia biologica organizzato per la fine del 2013 dall'associazione Valcamonicabio e da AIAB Lombardia.

## **3. La promozione e l'informazione**

La filiera Corta rimane una certezza per la commercializzazione dei prodotti biologici della Val Camonica. C'è però un importante lavoro ancora da svolgere per ampliare la fascia di persone della valle che decidono di acquistare direttamente dai produttori. La popolazione della valle è di 100.000 persone e quindi si comprende come le potenzialità sono moltissime. A questi vanno aggiunti tutti i turisti che affollano la valle

e che rappresentano un importante bacino commerciale, ma diventano anche clienti potenziali quando, rientrati nelle loro città, decidono comunque di mantenere un legame aperto con la Val Camonica acquistando ancora i suoi prodotti. Di seguito la tabella con le azioni portate a compimento negli ultimi due anni dall'associazione Valcamonicabio:

- **Edolo - 12 novembre 2011**, inizio del percorso verso la costituzione dell'associazione con il convegno "Un Biodistretto per la Valle Camonica"
- **Breno- 22 e 23 febbraio 2012**, cinque brevi incontri sull'allevamento bovino e caprino con approccio bio, conduzione bio delle filiere della viticoltura e olivicoltura, apicoltura biologica, orticoltura biologica, frutticoltura biologica
- **11 aprile 2012**, costituzione dell'Associazione Valcamonicabio
- **Calvatone (CR) - 20 maggio 2012**, visita organizzata della Cooperativa IRIS
- **Malegno- 30 giugno 2012**, banco di prodotti bio dell'associazione all'iniziativa "De Gustibus"
- **Esine- 13,14 e 15 luglio**, banco di prodotti bio dell'associazione all'iniziativa "Su la Festa"
- **Saviore- 12,13,14 e 15 luglio 2012**, banco di prodotti bio dell'associazione all'iniziativa "Fiera della sostenibilità alpina"
- **- 7,14,21 e 28 luglio e 4, 11,18 e 25 agosto 2012 mattina**, mercatini "Il bio in piazza"
- **Ponte di Legno- 7,14,21 e 28 luglio e 4, 11,18 e 25 agosto 2012 pomeriggio**, mercatini "Il bio in - - piazza"
- **Ossimo- 14 ottobre 2012**, banco di prodotti bio dell'associazione all'iniziativa "Fiera del Km 0"
- **Malonno- 26 ottobre 2012**, cena interamente di prodotti bio dei soci dell'associazione
- **Borno Ottobre 2012**, inizio della collaborazione con AIAB Lombardia per la progettazione di eventi in valle
- **Esine- 1,8 e 15 febbraio 2013**, corso di orticoltura biologica in montagna in collaborazione con Aiab Lombardia.
- **Esine- 16 febbraio 2013**, convegno "La nuova agricoltura: ritorno al futuro. Esperienze in Italia e nel territorio camuno" in collaborazione con Aiab Lombardia
- **Serina- aprile 2013**, visita all'azienda biologica orticola "Val del Mans" nell'ambito del corso di orticoltura bio su citato.

Tutte queste attività sono state supportate dai mezzi di comunicazione locali che ne hanno dato spazio propagandandole. Tra questi i quotidiani Giornale di Brescia e BresciaOggi, le TV locali e il periodico "Graffiti".

Sicuramente questo lavoro iniziale ha portato importanti risultati ma molto può essere fatto. Devono essere moltiplicati i momenti di confronto e approfondimento con la popolazione magari di concerto con le istituzioni locali. Un elemento importante potrebbe essere la nascita di altri G.A.S. (Gruppo di Acquisto Solidale). Questi gruppi sono organizzati e moltiplicano le possibilità di acquisto perché aggregano le famiglie ma diventano anche volano per la crescita della conoscenza delle produzioni biologiche. I GAS

creano spesso alleanze molto forti con i loro produttori di riferimento e i produttori si ritrovano “clienti” speciali, motivati e fideizzati.

## ***Azione 3: Verifica-studio di proposte aggregative aziendali e di organizzazione logistica***

### **1. Filiere tematiche**

Nella logica della valorizzazione e nello sviluppo delle potenzialità produttive e commerciali della Val Camonica, la strutturazione di filiere tematiche può rappresentare una linea importante. Nella Valle sono presenti aziende che producono referenze simili. Ogni filiera particolare per potersi affermare sul mercato ha necessità di analisi specifiche che attendono sia alla fase commerciale ma in primis alla fase di organizzazione complessiva. Chiaramente costruire un percorso che renda possibile la vendita aggregata di un prodotto come in vino è lontanissima per complessità e caratteristiche da quelle delle erbe officinali. Ma il denominatore comune rimane la progettazione, la scelta di una condivisa articolazione pluriennale che operi sia sul piano produttivo che su quello qualitativo. In ultimo questo si deve tradurre in un’azione di marketing che consenta di aprire mercati altri rispetto alla filiera corta.

Visto il paniere emerso dal censimento, le fileire più interessanti potrebbero essere:

- Miele;
- Vino;
- Piccoli Frutti;
- Erbe Officinali;

### **2. Lo sviluppo delle trasformazioni**

Un altro capitolo importante può essere la costituzione di poli di trasformazione che siano di servizio per più produttori. Questo è un elemento centrale per poter garantire la diversificazione delle produzioni consentendo a molti produttori di poter lavorare la propria materia prima senza dover necessariamente investire in strutture interne che non sarebbero giustificate, visti i bassi volumi prodotti pro-capite dalle singole aziende. Il problema non è quindi la mancanza di locali adatti per la trasformazione, ma la mancanza di una visione condivisa che anche in questo settore potrebbe favorire la crescita complessiva. La sostenibilità economica sarebbe raggiunta se ci si dedicasse alla lavorazione e alla trasformazione, concentrando i luoghi ma facendo da servizio a tutti.

### 3. La piattaforma di conferimento

Dall'analisi del paniere emerge comunque chiaramente che le filiere più interessanti rimangono quelle dell'orto-frutta. Ma lo sviluppo commerciale e quindi produttivo di queste filiere ha un elemento centrale che in qualche modo dev'essere implementato: la costituzione di un luogo di conferimento o piattaforma. Non necessariamente sempre questo diventa un elemento costantemente presente, ma in questo contesto credo sia fondamentale in quanto, la filiera corta rappresenta ad un certo punto un possibile elemento di criticità, una sorta di "imbuto" che non assicura una crescita infinita. Questo mercato specifico tende nei contesti più maturi a saturarsi e la conseguenza può essere l'inizio di una vera competizione tra le aziende con ricadute inevitabili di riduzione della crescita di nuovi soggetti nel settore. Puntare unicamente sulla filiera corta potrebbe allora alla lunga rivelarsi controproducente. Mentre la filiera corta va accompagnata dalla possibilità di accedere a mercati diversi. Questi mercati richiedono:

- una professionalizzazione diversa e più spiccata. Perché gli standard qualitativi sono più alti e omogenei;
- diversificazione delle referenze. Criterio difficile per la singola azienda che vista la stagionalità non può assicurare sempre tutto. Si potrebbe per esempio sfruttare la geografia della valle giocando sulle produzioni simili ma prodotte ad altezze diverse. Un esempio per tutti può essere quello del Trentino con la produzione consociata dei Piccoli Frutti;
- una massa critica di prodotto diversa. I mercati altri dalla filiera corta necessitano di volumi importanti che la configurazione media delle singole aziende agricole biologiche, per come emerge dal censimento, non garantisce;
- l'ottimizzazione dei trasporti. Questo è possibile unicamente se si ha una logistica razionale che assicuri costi e tempi ridotti;

I mercati diversi dalla filiera corta che si possono sviluppare potrebbero essere:

**3.1 la ristorazione collettiva.** Il lavoro in questa direzione può essere facilitato dal legame crescente che il mondo del biologico della valle e in particolare l'associazione Valcamonicabio ha strutturato con le amministrazioni locali. La ristorazione scolastica, delle case di riposo o degli ospedali ha però regole molto rigide in quanto alla selezione degli alimenti. Il problema non è quello di avere un prodotto di qualità, ma è quello di avere un prodotto di qualità che abbia caratteristiche, sanitarie, di confezionamento, di calibratura di caratteristiche estetiche che siano conformi alle normative. È quindi assolutamente improbabile che le aziende così piccole possano rispondere a questi requisiti rispondendo in ordine sparso, ai bandi che i comuni predispongono. Per essere efficaci, il lavoro da fare deve poter passare da un luogo fisico dove si possano garantire i volumi, la logistica, e il controllo qualità necessario. Inoltre per l'esperienza maturata in questi anni da AIAB Lombardia, in questo specifico settore, si è verificato come anche i comuni oltre che l'aggregato delle aziende, devono crescere nella consapevolezza

tecnica di poter lavorare sui capitolati per favorire l'inserimento di prodotti biologici e del territorio.

**3.2 Vendita su mercati diversi: le città.** La possibilità di poter avere una piattaforma di conferimento, consente di poter affrontare sfide più impegnative, come vendere il prodotto nelle città più importanti come Milano, Bergamo e Brescia. È già stato ricordato come il plus di un marchio così efficace come i prodotti biologici della Val Camonica, rappresenta una carta importante. I negozi specializzati sono il luogo ideale per promuovere un brand particolare come questo. Ma anche i GAS delle città oltre alla G.D.O. specializzata. Per fare questo lavoro oltre ai requisiti complessivi richiamati al punto 3.1, c'è bisogno di un'importante azione di promozione. Costruire un legame commerciale con realtà diversificate implica approntare un percorso di valorizzazione dei prodotti, pensare ad una strategia di marketing che comprenda incontri con i buyers, materiale di promozione specifico, presenza a fiere tematiche e una presenza sul territorio attraverso un sito dedicato.



## Conclusioni

L'analisi del contesto e delle potenzialità produttive emerse dal sondaggio presso le aziende agricole biologiche, fotografa una situazione effervescente. Il ruolo giocato dall'associazione Valcamonicabio e la sua azione di questi ultimi due anni, consente di ipotizzare uno sviluppo importante del settore del biologico in questa valle. Altresì sono emersi anche però limiti strutturali che devono poter essere affrontati per consentire la crescita delle superfici e della quantità di prodotti bio. È fondamentale in questa fase, pensare ad un progetto complessivo che tematizzi le difficoltà e costruisca una strategia unitaria. Il valore aggiunto di un marchio specifico ossia i prodotti biologici della Val Camonica rappresenta un ulteriore elemento di forza per il comparto. L'analisi di questa realtà propone un ipotesi di intervento in contesti similari. Poter quindi impostare un lavoro di accompagnamento può rappresentare un modello "tipo" di intervento che consenta di affinare strumenti adatti per la crescita di un metodo di produzione che combina alla qualità degli alimenti, il rispetto per l'ambiente e per le comunità rurali di riferimento. Il risultato finale auspicato è una sostenibilità economica ma anche sociale e ambientale. La ricostruzione di un sistema connettivo comunitario, che a partire dal cibo ripensi i suoi paradigmi, diventa la possibilità di cominciare un percorso virtuoso che metta al centro l'uomo e i suoi bisogni, ma in un ottica non più edonistica ma collettiva.

