

FILIERA ALIMENTARE**Frutta, verdura, vino e formaggi a "chilometri zero"**

(d.l.) - Il successo dell'iniziativa della spesa nelle fattorie dipenderà molto dal consumo consapevole: come dire il diffondersi dell'abitudine a consumare i prodotti locali e di stagione. È anche la possibilità di trovare tutto e sempre (in particolare frutta e verdura fuori stagione) negli scaffali dei negozi e nei banchi dei mercati che innalza i costi energetici. «I rincari energetici - sostiene Cesare Bertioia, presidente della Coldiretti - pesano sempre di più nei prodotti, in particolare quelli che arrivano da fuori del territorio. Ecco perché il diffondersi del sistema della vendita diretta deve incontrare anche necessità e gusti dei consumatori».

Ma il sistema del "chilometro zero" (l'acquisto dei prodotti del territorio venduti senza le intermediazioni) presuppone anche una certa organizzazione da parte delle aziende agricole. «La vendita diretta e il sistema dei "chilometri zero" - sostiene Stefano Favot, titolare di un'azienda agricola sanquirinese che negli ultimi anni ha puntato molto nell'innovazione anche attraverso la bio-coltivazione e la richiesta del marchio della brovada dop - è una cosa molto interessante. Ma non è a costo zero per le imprese: fare la concorrenza ai negozi vendendo i propri prodotti

comporta un'organizzazione imprenditoriale di un certo tipo e quindi anche degli investimenti nel comparto della vendita dove è necessario avere anche degli addetti». Insomma, i problemi dei costi non sarebbero aboliti del tutto. «Affinché il sistema della vendita diretta funzioni - continua l'agricoltore - le imprese si devono organizzare rispondendo a tutte le esigenze normative e il

consumatore deve cambiare qualche abitudine alimentare legata ai prodotti locali e di stagione».

Ma che qualcosa stia profondamente cambiando nel campo agricolo lo testimoniano anche le iniziative dei farmer market (i mercati dei contadini) che si stanno diffondendo. Coldiretti sta trattando con il Comune di Pordenone per realizzare un mercato ortofrutticolo stabile per dare una risposta in più ai consumatori. Un'iniziativa molto simile è stata recentemente conclusa a Udine, dove l'azienda speciale Servadei della facoltà di Agraria dell'università friulana ha fatto un accordo con il comune per realizzare un farmer market due giorni la settimana negli spazi della stessa azienda nella zona sudovest della città. Un modo che - secondo gli organizzatori - potrebbe portare a un risparmio di circa il 30 per cento per le tasche del consumatore finale.



Cesare Bertioia