Settimanale Roma | la Repubblica AFFARI&FINANZA | 18-GEN-2010
Diffusione: n.d. | Lettori: 588.000 | Direttore: Ezio Mauro | da pag. 15

Il 'bio' italiano vuole crescere con l'export

Accordo con Buonitalia per fare il salto di qualità e uscire dall'ottica locale

LUIGI DELL'OLIO

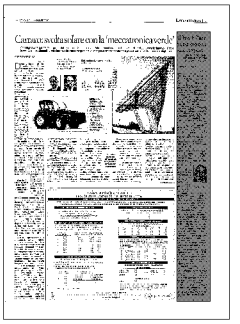
Milano

FederBio e Buonitalia puntano sull'export del made in Italy delle produzioni biologiche. E' l'obiettivo di un accordo quadro siglato da FederBio (federazione di organizzazioni che operano nel settore) e Buonitalia, (società per azioni promossa dal ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e dall'Istituto per il Commercio Estero) che gestisce la cabina di regia della promozione dell'agroalimentare italiano sui mercati internazionali. «Molte delle nostre produzioni biologiche sono di elevatissima qualità, ma spesso faticano ad affermarsi sui mercati internazionali per le difficoltà di comunicare il valore dei loro prodotti, tipica di aziende che in genere non hanno grandi dimensioni», spiega il presidente di FederBio Paolo Carnemolla. In concreto, le iniziative saranno definite nelle prossime settimane. Per ora le due organizzazioni hanno raggiunto un'intesa sui principi cardine: «In primis le attività di informazione del biologico in Italia, puntando sul doppio vantaggio dell'italianità del prodotto e delle tecniche di produzione naturali - aggiunge Carnemolla - Quindi individueremo le migliori forme di collaborazione istituzionale tra pubblico e privato in questo settore. Come terza linea portante dell'intesa abbiamo in programma di realizzare progetti di formazione per le nostre imprese che vogliono crescere all'estero e per gli operatori esteri interessati al mercato italiano».

L'ambito in cui si muove FederBio (Federazione Italiana Agricoltura Biologica e Biodinamica) in realtà non si limita al comparto alimentare. Si tratta di un organismo di secondo livello che federa 34 tra organizzazioni di produzione, trasformazione e commercializzazione bio, organismi di certificazione, enti di normazione e di formazione e associazioni di consumatori. Gli associati sono vincolati da un codice di autodisciplina che garantisce la corretta applicazione degli standard comuni e dei sistemi di certificazione. «Il nostro è essenzialmente un ruolo di coordinamento tra le iniziative degli associati, che operano in ambiti anche molto diversi tra loro, ma sono tutti accomunati dall'impronta bio - aggiunge Carnemolla - e di lobbying presso le istituzioni per far conoscere le realtà che gravitano intorno al biologico in Italia ed evitare confusione tra quanti professano tecniche di lavorazione naturale e coloro che realmente si sono dotati di un disciplinare certificato».

Nei mesi scorsi FederBio ha siglato un accordo con il ministero dello Sviluppo Economico per la promozione e lo sviluppo del bio made in Italy all'estero e in particolare nel nord e nel sud America, che ha coinvolto anche Federalimentare e Ice.. «L'accordo - commenta Carnemolla - servirà a rafforzare la comunicazione dei nostri prodotti di qualità non solo negli Stati Uniti, ma anche nei paesi ad alta crescita, Brasile in primis».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ISMEA