



Il progetto di Apofruit per valorizzare la filiera frutticola della Basilicata



Nell'ambito del PSR Regione Basilicata, Apofruit (<http://www.apofruit.it/>), in qualità di capofila, ha avviato il progetto di filiera "Made in Basilicata" volto a mettere a punto un modello di miglioramento della qualità frutticola e dell'agroecosistema, elevando la redditività delle aziende agricole aderenti al partenariato, attraverso i seguenti obiettivi specifici:

- promuovere tecnologie innovative per le aziende agricole e la gestione sostenibile delle produzioni;
- migliorare le prestazioni economiche dei partecipanti al progetto incoraggiando la ristrutturazione e l'ammodernamento delle aziende;
- promuovere l'organizzazione della filiera frutticola compresa la trasformazione e la commercializzazione introducendo nuove confezioni e nuovi processi produttivi.



Il progetto di valorizzazione della filiera "Made in Basilicata" è rivolto soprattutto allo sviluppo di nuove produzioni frutticole di qualità, con caratteristiche di distintività, tali da soddisfare maggiormente la domanda del consumatore e da generare un chiaro riferimento al territorio di origine.

Avviato nei primi mesi del 2020, il progetto si conclude a fine giugno di quest'anno.

L'innovazione alla base del progetto "Made in Basilicata"



Le imprese agricole che aderiscono al progetto (circa una quindicina) hanno espresso l'esigenza di associarsi al fine di valorizzare le produzioni con maggiore livello di innovazione, sia relativamente agli aspetti varietali e qualitativi sia per quanto riguarda i processi produttivi più sostenibili.

Da un'analisi delle criticità della filiera ortofrutticola regionale, risulta infatti evidente che nel comparto sono sufficienti modesti incrementi produttivi per generare squilibri sui mercati nazionali ed europei. Tale fattispecie determina la necessità di elevare la qualità dei prodotti e il loro grado di appeal nei confronti del consumatore.

Questo può essere fatto ricorrendo alle nuove varietà qualitativamente più pregiate, corredando la produzione di garanzie che possono essere offerte dalla "certificazione di sostenibilità" e adottando forme di comunicazione che possano garantire al prodotto una certa visibilità sul mercato.

Tra le motivazioni che hanno spinto le aziende ad aggregarsi, c'è anche quella di cercare di estendere il modello "fragolicoltura" che da diversi decenni caratterizza e distingue una delle colture più rappresentative e specializzate nel Metapontino, ad altre colture ortofrutticole del territorio lucano.

Il territorio e i prodotti interessati dal progetto

Le aziende agricole partecipanti al progetto "Made in Basilicata" sono situate all'interno del Distretto agroalimentare di qualità del Metapontino, un territorio che aggrega 12 comuni e interessa circa 5 mila imprese per una superficie agricola complessiva di 74 mila ettari di cui circa 21 mila investiti ad ortofrutta. Nonostante la sua limitata estensione, la componente ortofrutticola del Distretto rappresenta il volano dell'economia agricola regionale, sia per le produzioni che per i legami che il comparto è riuscito a sviluppare con il settore manifatturiero e quello commerciale, incidendo positivamente anche sul mercato del lavoro per numero di addetti coinvolti.

I prodotti frutticoli interessati al progetto sono le fragole e i piccoli frutti (more, mirtilli e lamponi), le albicocche a maturazione precoce, il kiwi a polpa gialla e a polpa rossa bicolore, l'uva senza semi e la melagrana.

Queste tipologie di prodotto, migliorate per i vari aspetti qualitativi, e almeno in parte certificabili perché ottenute con tecniche sostenibili a basso impatto, possono assumere una importanza strategica distinguendosi sia per una propria identità qualitativa che attraverso azioni di promozione e marketing.

Il Protocollo "Made in Basilicata"

Cuore del progetto di filiera è la definizione di un protocollo di sostenibilità finalizzato a sostenere il marchio "Made in Basilicata".

La sfida della sostenibilità, promossa a livello europeo nell'ambito della strategia Farm to Fork, è quella di spostare l'attenzione dai prodotti ai processi con cui questi sono realizzati, così come di creare qualità rispettando l'ambiente, gli aspetti sociali e assicurando una equa distribuzione del valore aggiunto lungo tutta la filiera.

In tale scenario si colloca la strategia del progetto "Made in Basilicata" di sensibilizzare e orientare progressivamente l'intera filiera ortofrutticola verso le nuove sfide della sostenibilità, nella sua accezione più ampia (ambientale, sociale ed economica), nell'ottica di promuovere una graduale transizione verso un sistema alimentare più sostenibile e sano, in linea con gli obiettivi strategici europei del Green Deal.

Pertanto, la proposta di valore racchiusa nel protocollo di sostenibilità "Made in Basilicata" è data proprio dall'approccio multidimensionale/olistico per misurare, certificare e comunicare la sostenibilità dei prodotti della filiera ortofrutticola.

Il protocollo è articolato in requisiti, a ciascuno dei quali è associato un punteggio (es. da 1 a 5), ascrivibili ai tre principali pilastri della sostenibilità (ambientale, etico-sociale, economica), ed è concepito secondo un approccio graduale che si traduce nell'assegnazione di un punteggio totale quale risultato della somma dei punteggi associati ai requisiti ed al livello di soddisfazione degli stessi da parte dell'azienda. E' stabilito, inoltre, un punteggio minimo con il quale il singolo agricoltore potrà raggiungere la certificazione, e livelli superiori implementati nel corso degli anni.

Relativamente al pilastro "ambientale", il protocollo si basa sulla metodologia LCA, la cui finalità è quella di evidenziare gli aspetti ambientali significativi della filiera e consentire ai produttori di individuare possibili aree di miglioramento nei processi produttivi che possano contribuire alla tutela ambientale, coerentemente agli interventi già adottati come l'adozione di tecniche di produzione integrata.

Al fine di facilitare l'applicazione del protocollo, il progetto prevede un piano di formazione destinata a tecnici e agricoltori per approfondire le tematiche relative all'innovazione varietale e le pratiche agronomiche a basso impatto.



La strategia di valorizzazione

Le azioni di valorizzazione previste dal progetto "Made in Basilicata" hanno lo scopo di posizionare la Basilicata sui mercati europei come area vocata per le produzioni frutticole innovative e informare i consumatori e gli operatori del settore

rispetto alla qualità, alle caratteristiche organolettiche e nutrizionali dei prodotti, ai metodi di produzione ecosostenibili adottati, e sulle positive ricadute ambientali delle produzioni certificate ottenute con tecniche che salvaguardano l'ambiente.

Dal piano strategico e operativo messo a punto nell'ambito del progetto sono attesi i seguenti risultati:

- una analisi di scenario del mercato dei prodotti sostenibili e una analisi del potenziale di successo suddiviso per prodotto e/o per categoria di prodotti simili;
- la definizione della strategia di marketing più efficace ed efficiente per valorizzare le produzioni e dei plus distintivi da sviluppare per perseguire un approccio di successo sul mercato;
- le informazioni in merito al corretto posizionamento e alla strategia di approccio al mercato, declinati sui singoli canali distributivi;
- l'individuazione dei concreti obiettivi perseguibili per ciascun prodotto valorizzato per ciascun anno;
- la definizione delle azioni di promo-comunicazione da sviluppare e degli investimenti necessari per raggiungere gli obiettivi previsti.

Il piano strategico di valorizzazione comprende, oltre al logo "Made in Basilicata", anche workshop con gli operatori della GDO, una serie di articoli sulle principali testate del settore nazionali, la presenza sui principali social, banner su riviste online e la creazione di un sito web dedicato (www.ortofruttamadeinbasilicata.it (<https://www.ortofruttamadeinbasilicata.it>)).

Partner del progetto

I partner di Apofruit nell'ambito del progetto di filiera "Made in Basilicata" sono l'Università degli Studi della Basilicata e RI.NOVA, che testimoniano l'elevato contenuto innovativo del progetto, le società Check Fruit, SG Marketing, On Line Service, il Gruppo VI.VA, l'OP Terra della Luce, Conad e la BCC Credito Cooperativo - Cassa Rurale e Artigiana Castellana Grotte.

Data di pubblicazione: ven 9 giu 2023

