

Metapontino, maggiori opportunità col Distretto Agroalimentare

PIERMICHELE LA SALA*

Tessuto produttivo caratterizzato da aziende di piccola dimensione, concentrazione e specializzazione produttiva delle imprese, realizzazione di produzioni tradizionali tipiche e di qualità, presenza di una filiera ortofrutticola. Sono queste le caratteristiche che hanno condotto all'istituzione, nell'ottobre del 2004, del "distretto agroalimentare di qualità" del Metapontino da parte della Regione Basilicata.

Un distretto che potremmo definire dai grandi numeri (il 75% della superficie agricola utilizzata per l'ortofrutticola lucana ed il 74% della produzione lorda del comparto dell'intera regione) e dalle grandi potenzialità anche in termini di qualità.

Nell'area sono presenti anche colture di pregio, come l'"arancia staccia" ed il "percoco" di Tursi. Ma anche fragole, pesche, nectarine e clementine, per le quali è stata richiesta la certificazione di qualità e tutela comunitaria.

Attraverso l'attuale organizzazione sul modello di filiera, inoltre, si realizza l'interrelazione tra le fasi di produzione, lavorazione, commercializzazione e distribuzione dei prodotti locali e, allo stesso tempo, si legano attività a monte e a valle in un'ottica di indotto. Inoltre, nell'area del Metapontino vi è un'importante concentrazione e presenza di centri di ricerca ed Enti a supporto dell'attività agricola.

Il distretto aggrega 12 comuni, territorialmente contigui (Bernalda, Colobraro, Montalbano Jonico, Montescaglioso, Nova Siri, Pisticci, Policoro, Rotondella, Scanzano Jonico, San Giorgio Lucano, Tursi e Valsinni), in un'area caratterizzata da omogeneità demografica, economica e sociale.

Le attività principali del comprensorio sono legate al settore agroalimentare, con l'agricoltura che occupa il 26% della popolazione attiva. Le imprese ortofrutticole interessate sono 5 mila, per una superficie di oltre 21 mila ettari. Il fatturato stimato, inoltre, è di oltre 100 milioni di euro. Nel territorio operano

anche 9 imprese agroalimentari. Buona anche la concentrazione dell'offerta di prodotti ortofrutticoli con la presenza nel territorio di ben 11 delle 14 **Organizzazioni di Produttori** lucane.

Ma cosa si intende per distretto e come questo può permettere al Metapontino di sviluppare le proprie potenzialità, rafforzando il comparto ortofrutticolo?

Il decreto legislativo 228/2001 definisce i "distretti agroalimentari di qualità" come *sistemi produttivi locali [...] caratterizzati da interrelazione e interdipendenza produttiva delle imprese agricole ed agroalimentari, nonché da una o più produzioni certificate e tutelate ai sensi della vigente normativa comunitaria o nazionale, oppure da produzioni tradizionali tipiche.*

La Regione Basilicata, con la **L.R. n.01/2001**, è stata tra le prime a dotarsi di simili strumenti per la valorizzazione del comparto, anticipando nella sostanza, seppur di poco, il **decreto 228/2001**, tanto che quello del Metapontino rappresenta il primo distretto agroalimentare di qualità a specializzazione ortofrutticola istituito in Italia.

Circa le opportunità offerte, queste si legano al rafforzamento delle posizioni contrattuali dei produttori (verso il mercato, verso le istituzioni, verso il sistema creditizio), al completamento della filiera ortofrutticola, all'aumento del valore aggiunto e dell'occupazione nella filiera nonché delle comunicazioni tra soggetti interni ed esterni ad essa.

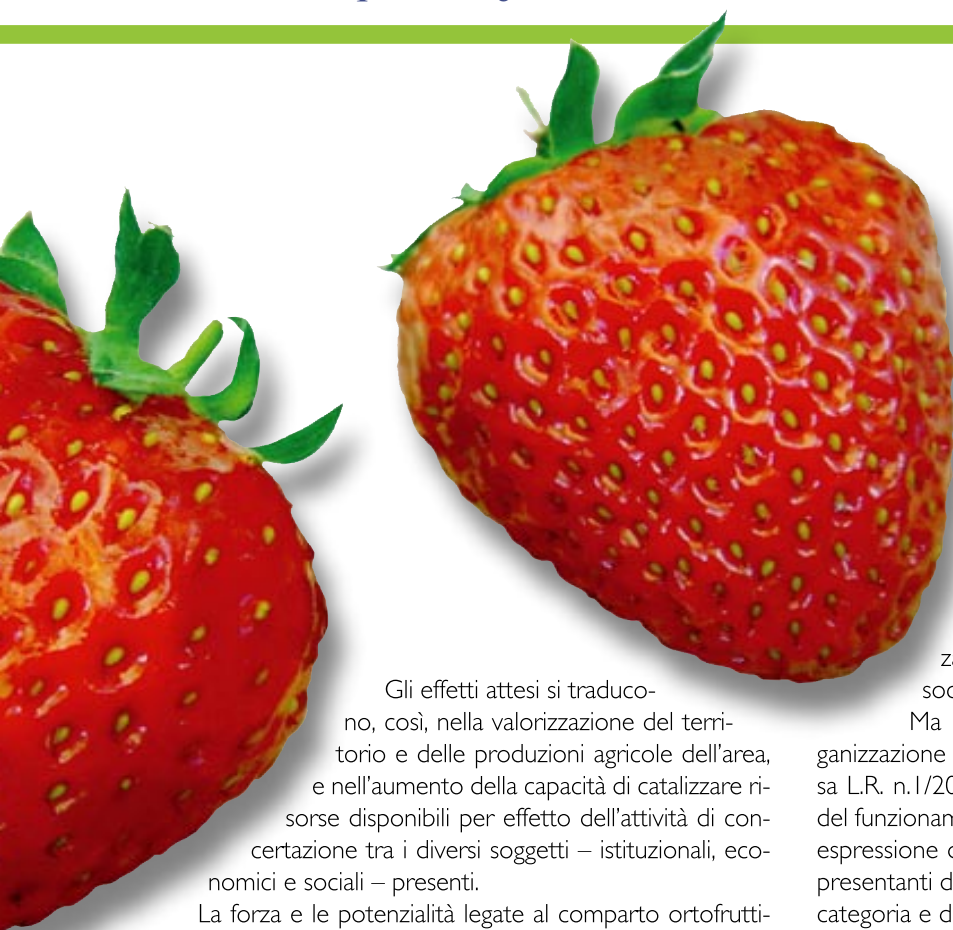


Un marchio d'origine per valorizzare e promuovere le produzioni ortofrutticole

La crescente apertura commerciale dei mercati conduce inevitabilmente ad un incremento della tensione competitiva per i prodotti agroalimentari, come per molti altri prodotti "made in Italy". Il segreto per reagire alle crisi in atto e sottrarsi a questa pressione competitiva è puntare all'innovazione e alla differenziazione del-



È il primo sistema produttivo locale a specializzazione ortofrutticola istituito in Italia. Come una sorta di “cabina di regia”, programmerà le attività del comprensorio tenendo conto dei suoi punti di forza e di debolezza



Gli effetti attesi si traducono, così, nella valorizzazione del territorio e delle produzioni agricole dell'area, e nell'aumento della capacità di catalizzare risorse disponibili per effetto dell'attività di concertazione tra i diversi soggetti – istituzionali, economici e sociali – presenti.

La forza e le potenzialità legate al comparto ortofrutticolo, la dinamicità del tessuto imprenditoriale unita all'interesse mostrato dalle istituzioni locali possono consentire uno sviluppo autopropulsivo dell'economia Metapontina.

È necessario, però, “fare sistema”, evitando così che il distretto costituisca nient'altro che una sovrastruttura burocratica. Esso, invece, deve fungere da strumento di governance locale in grado analizzare i punti di forza e di debolezza del comparto ortofrutticolo e di tutto il territorio per convogliare progetti

e risorse sulle direttrici di sviluppo programmate. Le istituzioni, poi, devono puntare a pianificare gli interventi di propria competenza secondo le esigenze del settore e del comprensorio, in relazione con i piani del distretto.

È essenziale, pertanto, pensare alla programmazione di politiche utili a concretizzare le opportunità offerte e riguardanti azioni di marketing territoriale (convenzioni, marchio d'origine, promozione), di sensibilizzazione, per far emergere l'idea del distretto, e di formazione (per migliorare o creare le professionalità e le specializzazioni mancanti), nonché azioni a sostegno delle aziende agricole e delle filiere, tese alla realizzazione di strutture e servizi, a razionalizzare l'utilizzo delle risorse disponibili e favorire l'associazionismo.

Ma per far ciò bisogna assicurare al distretto un'organizzazione che permetta allo stesso di “muoversi”. La stessa L.R. n.1/2001, infatti, impone, ai fini dell'operatività e quindi del funzionamento del progetto, la costituzione di un Comitato, espressione dei diversi centri d'interesse coinvolti finora: i rappresentanti degli imprenditori, dei sindacati, delle associazioni di categoria e degli Enti Locali aderenti.

Al Comitato spetterà programmare le attività e determinare strategie e politiche in grado di assicurare il soddisfacimento dei bisogni espressi dal comparto ortofrutticolo e dal territorio.

pmlasala@yahoo.it

* *Dottore in Economia Aziendale*

le produzioni, mirando alla qualità delle stesse, consapevoli del fatto che è impossibile per una realtà come quella dell'agricoltura italiana confrontarsi sui costi di produzione. La sfida per il **Metapontino** è, pertanto, quella di consolidare la qualità delle produzioni ortofrutticole per valorizzarle e promuoverle, adottando un marchio d'origine ed una certificazione volontaria di qualità capaci di dare risalto alle caratteristiche dei prodotti e garantire al consumatore la bontà e l'origine degli stessi.

Il fine diviene, quindi, la determinazione di un vantaggio competitivo derivante dal fatto di raggiungere il con-

sumatore grazie a prodotti rispondenti alle sue esigenze, in grado di colmare la richiesta di qualità proprio grazie ad un marchio che attesti il rispetto di determinati disciplinari che regolamentano l'intera filiera, rendendone possibile la rintracciabilità oltre che la tracciabilità.

Per garantire la qualità, l'origine e il rispetto dei disciplinari, si può ricorrere alla certificazione volontaria del prodotto e del processo da parte di un organismo terzo indipendente e affidabile. Contestualmente all'adozione del marchio si istituisce un Consorzio, frutto di un protocollo d'intesa tra istituzioni e

rappresentanze del mondo imprenditoriale (le **Organizzazioni di Produttori**), con il compito di definire tutte le norme di produzione e commercializzazione da rispettare, e selezionare le imprese e le produzioni conferite in base al rispetto degli stessi disciplinari.

Il consorzio garantisce e tutela i prodotti di qualità promossi con il marchio, e definisce un programma di promozione per gli stessi. In tal senso, è possibile assicurare all'ortofrutta del Metapontino benefici in termini di prezzi, quantità vendute, e visibilità, traducibili in maggior valore aggiunto per i produttori. (P.L.S.)