

IL PREZZO DEL MIELE: VALUTAZIONI E PROSPETTIVE

Francesco Colafemmina

Scarsa conoscenza e scarsi consumi sono sovente dovuti all'erronea comunicazione del prodotto da parte dell'apicoltore, all'eccessiva parcellizzazione del mercato e alla mancanza di Campagne di informazione che facciano conoscere il Miele al consumatore

In Italia il miele è un prodotto poco conosciuto e poco consumato: 0,5 kg pro-capite rispetto a 1,5 kg della Grecia e al chilo della Germania, ai 2 kg di Ungheria e Polonia.

I consumi di miele crescono notevolmente in Irlanda, Lettonia, Romania, ma poco in Italia. Siamo il fanalino di coda dell'UE e non certo per ragioni legate al clima o alle tradizioni culinarie.

Semplicemente l'industrializzazione ottocentesca e lo sviluppo degli zuccherifici hanno provveduto già a partire dalla fine del XIX secolo a ridurre drasticamente i consumi di miele nel nostro paese.

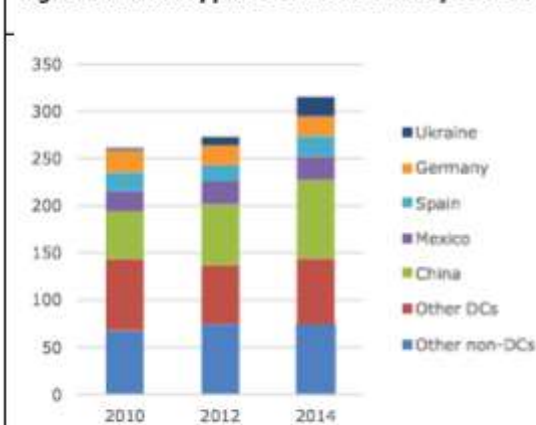
Consumi che, tuttavia, tendono a crescere - sebbene di poco - nel corso degli anni. Di pari passo con gli scarsi consumi va la scarsa conoscenza del prodotto. Dovuta, per certi versi, anche all'erronea comunicazione del prodotto da parte dell'apicoltore, e per altri all'eccessiva parcellizzazione del mercato (tantissimi produttori locali vs pochi marchi commerciali).

L'invasione del miele estero

E' in evidente crescita l'invasione di mieli esteri sul mercato italiano. Considerando che il primo produttore al mondo di miele, seguito a ruota dall'UE, è la Cina, capiamo bene che

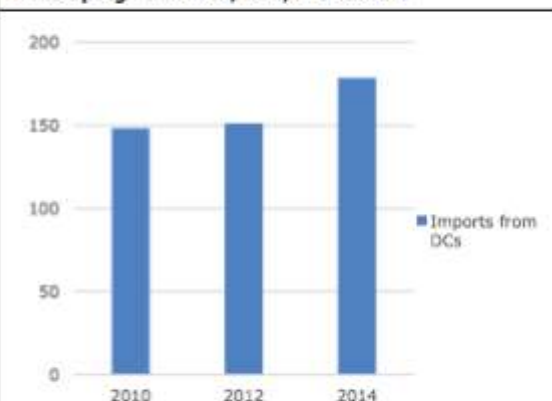
siamo destinati a vedere sempre più presenti sui nostri scaffali mieli cinesi. In totale nel 2014 sono state importate in UE 83.000 tonnellate di miele cinese che è diventato il primo miele d'importazione in Europa, erodendo le quote prima occupate dal miele argentino. Seguono Messico (8%) e Argentina (3%), ma è in aumento la quota dell'Ucraina e di altri paesi in via di sviluppo. In Italia importiamo 23.500 tonnellate di miele, ne produciamo circa 9000. Il principale paese di importazione è l'Ungheria seguita dalla Cina e dalla Spagna, ma la percentuale di miele cinese è in costante crescita.⁽¹⁾

Figure 2: Main suppliers of natural honey to the EU, in 1,000 tonnes



Source: Eurostat (2015)

Figure 3: European imports of natural honey from developing countries, in 1,000 tonnes



Source: Eurostat (2015)

Da dove viene il miele che circola in Europa (migliaia di tonnellate)

Incremento delle importazioni di miele in Europa, provenienza paesi in via di sviluppo

2.	information for attention	25/05/2016	2016.0671	Norway	traces of milk (0.68 mg/kg - ppm) in acacia honey from China	honey and royal jelly	food	serious
3.	information for attention	04/05/2016	2016.0561	Norway	traces of milk (casein: 1.5 mg/kg - ppm) in acacia honey from China	honey and royal jelly	food	serious
4.	information for attention	03/05/2016	2016.0552	Norway	traces of milk (casein: 1.7; 7.6; 14; 21 mg/kg - ppm) in acacia honey from China	honey and royal jelly	food	serious

Il sistema europeo di segnalazione delle allerte alimentari

I rischi del miele estero

C'è chi - anche apicoltori - storce il naso dinanzi alle critiche rivolte al miele estero. Si ritiene, infatti, che tra i mieli esteri possano esserci anche eccellenze, così come possono esserci mieli di scarsa qualità fra quelli prodotti in Italia. Questo qualunque sia, tuttavia, resta un mero esercizio retorico che non trova riscontro nella realtà. Sono crescenti i rischi posti dalle importazioni di miele estero.

Anzitutto di mieli provenienti da aree extra UE. Qui il principale rischio è dato dalla possibile contaminazione con antibiotici, ma anche dalle sofisticazioni. Veniamo ai dati.

Dall'inizio del 2016 il sistema europeo di segnalazione delle allerte alimentari (RASFF) ha segnalato ben tre casi di miele cinese contaminato con caseina, ossia con presenza di latte (miele che nel rapporto RASFF era destinato al mercato italiano).

Altre contaminazioni possibili sono con pesticidi, antibiotici, o acaricidi e metalli pesanti. Inoltre, è da segnalare l'alta percentuale di adulterazioni stimata dall'UE intorno al 7% dei campioni provenienti dalla Cina e analizzati. Nell'ottobre 2015 gli apicoltori ungheresi hanno proposto la messa al bando del miele cinese⁽²⁾.

A seguito di numerose interrogazioni parlamentari presso il parlamento europeo, la Commissione ha sviato il problema⁽³⁾ sostenendo che gli accertamenti delle frodi sarebbero in corso e che comunque, per il momento, non verrà posto il bando.

Il miele cinese è però messo al bando in USA, Canada, Arabia Saudita, ecc.

Ciononostante sono numerosi i casi di triangolazione del miele cinese.

Nota la pratica di importarlo in Au-

stralia, rietichettarlo, per poi farlo arrivare negli USA. Analoghe problematiche si riscontrano spesso in UE a causa di frodi commerciali dovute ad etichettatura fraudolenta.

Recente il caso di un'azienda ligure⁽⁴⁾ che invasettava come italiano del miele cinese.

Elevati anche i casi di miele cinese importato in Spagna e poi rispedito come spagnolo nel resto dell'UE.

Al di là dei problemi legati all'etichettatura e alla tracciabilità, va evidenziato che gli standard produttivi italiani risultano essere fra i più elevati d'Europa e non solo.

L'uso sistematico dell'escludiregina; il divieto di utilizzo di antibiotici; l'ampio uso di acidi organici. oltre a limitati acaricidi di sintesi; la diffusione del nomadismo e la professionalità nella produzione di mieli uniflorali di qualità fanno del settore apistico italiano uno dei più evoluti a livello internazionale.

Il problema dell'etichetta

In etichetta c'è un grosso problema: la legge italiana nel 2006 ha obbligato i grossisti di miele a indicare i paesi di provenienza delle miscele.

Questo obbligo oggi è limitato ai soli grossisti italiani, ma non a quelli esteri che riempiono gli scaffali della GDO. Una analoga legislazione è presente in Polonia e in alcune nazioni europee si cerca di contrastare la norma comunitaria

secondo la quale è sufficiente indicare in etichetta "miscela di mieli UE" o "miscela di mieli non UE" o ancora "miscela di mieli UE e non UE".

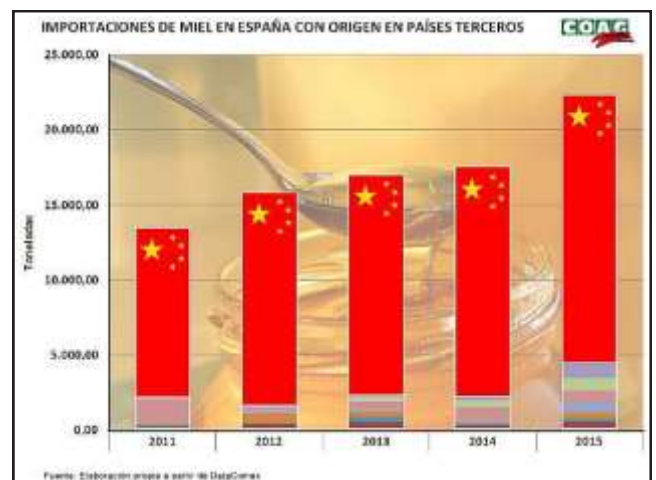
Il dipartimento apistico del COAG, il sindacato agricolo spagnolo, ha avviato una battaglia col governo per far sì che in Spagna venga introdotta l'etichettatura con l'indicazione analitica della provenienza dei mieli.

In Spagna⁽⁵⁾, infatti, sono cresciute in maniera esorbitante le importazioni di miele cinese (più di 17.000 tonnellate nel 2015) e queste importazioni danneggiano evidentemente l'apicoltura nazionale, a causa dei prezzi molto bassi che si ripercuotono sul mercato. In generale, il consumatore è molto più rassicurato da una etichetta in cui si parla di mieli "non UE" che da una etichetta in cui c'è scritto "miscela di mieli cileni e cinesi".

Sotto un profilo psicologico la presenza stessa della dicitura UE colpisce ben prima del "non" che la precede. Ma l'industria dei grossisti è evidentemente molto più forte a livello europeo del settore apistico.

Le miscele ossia della negazione del miele

Le miscele costituiscono la reale negazione del prodotto miele. Il miele è un prodotto di "terroir", rispecchia



Cosa succede in Spagna

cioè il territorio in cui viene prodotto. La miscela altera questo legame stretto fra prodotto e territorio e in tal modo snatura il prodotto finale.

La miscela, inoltre, vanifica ogni sforzo dell'apicoltore, omogeneizza aromi e sapori, appiattisce le differenze, trasforma un prodotto "artigianale" in una sintesi industriale.

La tendenza sempre maggiore alla valorizzazione del territorio e del legame fra terra e alimentazione dovrebbe favorire, al contrario, la maggior parte degli apicoltori che producono e rivendono il loro miele al dettaglio. Gli stessi grossisti di miele animati da una grande esperienza e da una dimensione più elevata del rapporto fra produttori e consumatori fanno di tutto per rilanciare il rapporto fra territorio e miele, anche quando il miele viene conferito in cooperativa da diversi produttori.

Così ad esempio Mielizia, marchio del Conapi, sostiene con forza in etichetta la provenienza regionale del miele, garantendo l'omogeneità dei caratteri di mieli prodotti in aree circoscritte e richiamando nel consumatore l'idea fondamentale del rapporto fra miele e territorio.

Questo sforzo encomiabile viene tuttavia vanificato dalle tante miscele presenti in giro, di mieli UE ed extra UE di cui non conosciamo neppure le percentuali.

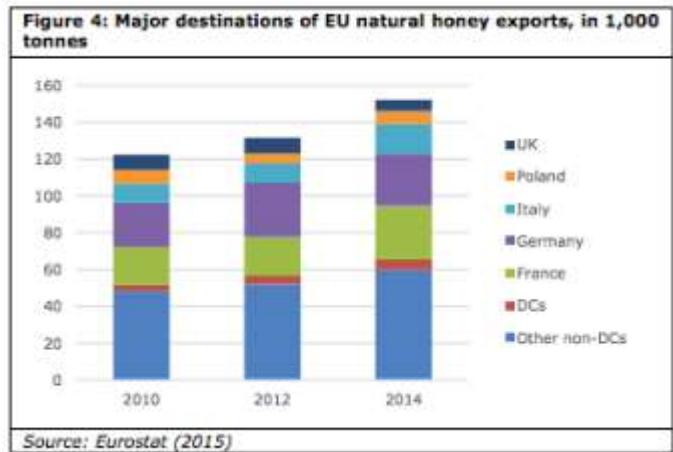
A spasso nel centro commerciale...

Va da sé che il miele Mielizia nel centro commerciale (nel mio caso Auchan) si trova o nello scaffale più alto (penso ai nuovi interessanti vasetti in materiale biodegradabile) o in quello più basso (miele d'acacia di apicoltori lombardi). In mezzo cosa c'è?

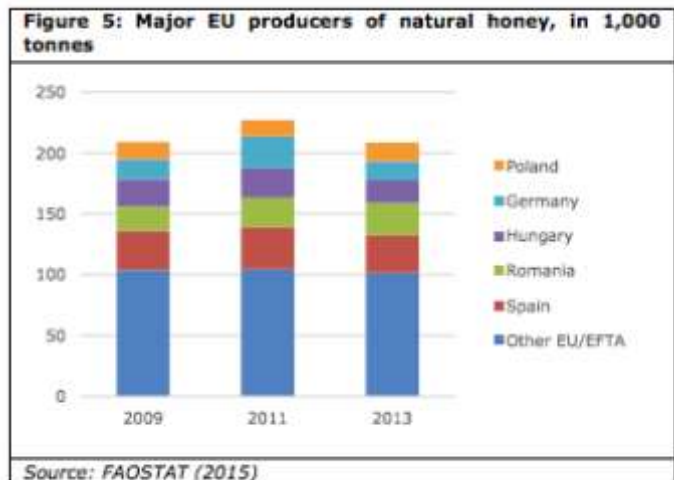
Nel punto più facilmente raggiungibile dal consumatore troviamo miele d'acacia cinese di un importatore italiano a 6,20 euro al kg, seguito da millefiori cinese a 4,99 euro al kg, nonché dalle solite miscele realizzate

da un grossista italiano per Auchan. Abbiamo, poi, miscele ungheresi e italiane di millefiori a 6,20 euro al kg, altro miele italiano millefiori a 10 euro al kg e poi mieli monoflora italiani come il castagno Ambrosoli a 16,96 al kg, per poi finire con altre miscele

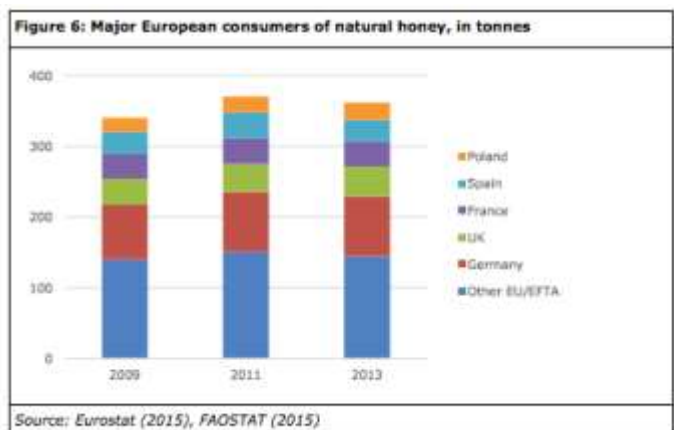
monoflora come l'acacia Lune de Miel a 13,16 al kg ma con in etichetta la famigerata dicitura "miscela di mieli di acacia originari e non originari dell'Unione Europea", e ancora un ammiccamento al consumatore:



Principali destinazioni delle esportazioni di miele (migliaia di tonnellate)



Principali produttori europei di miele in Europa (migliaia di tonnellate)



Principali consumatori di miele in Europa (tonnellate)

“in collaborazione con più di 500 apicoltori Luna di Miele contribuisce alla protezione di circa 200.000 alveari per preservare le api e il loro ambiente naturale”.

In questo caso parliamo solo di mieli convenzionali e non bio. Poco prima di raggiungere lo scaffale del miele non ho potuto fare a meno di notare un consumatore quasi stordito dalle numerose differenze di prezzo.

Mediamente il consumatore sa che a un prezzo più basso corrisponde una qualità meno elevata, così come sa che acquistando un miele a marchio dell'ipermercato risparmierà senza tuttavia incorrere in un prodotto scadente, ma resta chiaramente disorientato da una tale divergenza di prezzi che possono raddoppiare o addirittura quadruplicare nella stessa categoria di miele.

Chi spiega le differenze al consumatore? Chi lo evangelizza sul miele presente su quello scaffale? Chi lo aiuta a leggere l'etichetta? Le associazioni nazionali? Quelle locali? Il ministero dell'Agricoltura? Al momento non lo fa nessuno. Anzi, forse - nel paradosso - solo la Coldiretti. E dico nel paradosso perché la Coldiretti non ha un settore apistico e spesso difende interessi diametralmente opposti a quelli degli apicoltori.

La solitudine del produttore e la difesa del prezzo

Il produttore è dunque solo. Deve fare da sé. E la follia generalizzata di questo nostro bislacco settore sta proprio nel non accorgersi che l'invasione di miele estero lungi dall'essere una mera conseguenza della globalizzazione è banalmente strumento di profitto per i grossisti che possono, in un periodo di crisi economica, attrarre ampie fette di consumatori con un prodotto sottocosto. Il rischio evidente è che la tendenza al ribasso prevalga e che si inneschi una spirale recessiva sui prezzi.

Una spirale recessiva artificiale, però,

ossia non motivata da un reale arretramento del mercato (meno consumatori, meno vendite), bensì dalla volontà di aumentare i profitti (sia acquistando prodotti a prezzi bassissimi, sia cercando di rendere questi prodotti più appetibili per i consumatori grazie alla possibilità di venderli a prezzi più bassi). Il paradosso è che nel mondo il prezzo del miele è in costante aumento. Negli Usa il prezzo medio del miele al dettaglio è raddoppiato dal 2006, nonostante le importazioni (non dalla Cina tuttavia).

Ma in Europa sembra che amiamo farci del male e in tutto questo a rimetterci sono gli apicoltori.

E se magari gli apicoltori che fanno vendita diretta possono mantenere dei prezzi più elevati, rischiano invece di soccombere nel medio termine tutti coloro che conferiscono all'ingrosso e che si ritroveranno con spese sempre più elevate e ricavi sempre più ridotti. Non comprendere queste dinamiche del mercato significa essere miopi o autolesionisti. È la sindrome Tafazzi dell'apicoltura italiana.

Prendiamo un altro esempio significativo: il grano. Il mercato del grano in Italia è al collasso. Quest'anno i prezzi sono scesi in maniera drammatica anche a 15 euro al quintale.

Perché? Facile! La ragione sta tutta nella crescente importazione di grani esteri (800.000 tonnellate che arrivano da paesi mai riportati nelle etichette della pasta).

Grani spesso contaminati da muffe o da glifosato (usato in fase di pre-raccolta) o dalle scarse qualità proteiche. Stesso fenomeno accade nel

settore olivicolo. C'è chi risponde: è la globalizzazione bellezza!

C'è chi inneggia al “libero mercato”.

C'è addirittura chi - apicoltore - sostiene che i prezzi elevati di molte aziende nascono dalla loro scarsa “competitività”.

Ma globalizzazione e libero mercato non sono dei monoliti. Così come è demenziale parlare di scarsa competitività delle aziende apistiche i cui fattori di variabilità nella produzione sono incontrollabili e i cui costi sono sempre crescenti.

Noi apicoltori abbiamo il dovere di lottare contro chi intende strozzare le nostre aziende e confondere sempre più i consumatori. Ma anche contro chi, per difendere le proprie posizioni di interesse, intende frenare ogni azione di lotta comune.

Perciò servirebbero da un lato azioni di tutela e difesa del prodotto italiano dalle invasioni estere e dall'altro campagne di sensibilizzazione dei consumatori, di educazione del consumatore alla conoscenza del prodotto miele e alla lettura attenta dell'etichetta. Ma troppo spesso le associazioni sono legate al mondo dei grossisti, troppo spesso dietro il serafico apicoltore che vanta 300-500 alveari c'è un valente invasettatore di miele estero, troppo spesso si guarda solo al proprio orticello, ignorando gli interessi comuni del settore.

Fino a quando come il Titanic ci inabisseremo mentre suona una malinconica melodia.

◆ Francesco Colafermina

Note

(1) Fonti: Eurostat e Istat.

(2) <http://it.euronews.com/2015/10/30/miele-cinese-gli-apicoltori-ungheresi-e-sloveni-chiedonodiavieto-di-vendita-in/>

(3) <http://www.europarl.europa.eu/sides/getAllAnswers.do?reference=P-2015-014604&language=IT>

(4) http://www.ansa.it/liguria/notizie/2016/07/14/miele-cinese-venduto-come-italiano_316bf3f5-dd81-462f-b67d-71cadfbec5f4.html

(5) <http://www.agronegocios.es/coag-denuncia-que-la-industria-paraliza-la-compra-de-mielespanola-para-hundir-los-precios-en-origen/>