

IN NOME DELLA QUALITÀ

L'EDITORIALE di *Massimo Ilari*



Devo fare i complimenti alla redazione per aver generato un'immagine di copertina della Rivista veramente efficace. Appena l'ho vista mi ha comunicato un'emozione di gioia e di solarità che pervade tutto il numero. Insomma la copertina legge bene l'interno. Un lavoro che fa da tempo anche il collega Enrico Pasini, non a caso svolge a meraviglia anche il ruolo di creativo del giornale. Il Biologico, un ridente prato fiorito, i girasoli, i prodotti della terra e la ragazza che li raccoglie ci comunicano l'immagine di una società che sta andando verso un altro metodo di produzione agricolo, rispettoso dell'ambiente e della salute di tutti gli esseri viventi. Nel servizio di apertura - rubrica la "Lente" parliamo di Api e Biologico, a ragione.

La **Giornata Europea del Biologico**, che si è celebrata a settembre, ha rappresentato un momento importante per riflettere su questi temi e per sottolineare il ruolo strategico della transizione agroecologica per il contrasto alla crisi climatica e la tutela della biodiversità e dunque delle api e del mestiere di apicoltore.

In occasione della ricorrenza è stato presentato il rapporto **"Bio in Cifre 2026"**, curato da ISMEA per il MASAF. Nonostante il periodo critico che sta attraversando il Paese e una crisi energetica causata dalle guerre e un'inflazione che è schizzata al 4,2%, l'analisi evidenzia nel 2025 una contrazione, ma moderata, del 5,4% delle superfici biologiche, dovuta soprattutto a un calo delle aree in conversione (-24,4%), che riguarda in particolare i prati pascoli. Le superfici già certificate bio restano invece sostanzialmente stabili (-0,5%). In leggera diminuzione anche il numero degli operatori -1,8%. In ogni caso il settore tira ancora a meraviglia. In definitiva, si evidenzia la voglia di qualità del consumatore. Sempre in occasione della Giornata Europea del Biologico è stato presentato ufficialmente anche il Marchio Biologico Italiano, che identifica i prodotti ottenuti esclusivamente con materia prima 100% italiana. Gli operatori possono già presentare al Ministero dell'Agricoltura l'istanza per l'utilizzo del Marchio. E in questo caso il Miele Italiano è stato un precursore perché tutti abbiamo lottato per arrivare allo stesso risultato del biologico.

La «direttiva Breakfast» non è sufficiente a garantire una totale trasparenza: a Bruxelles l'esame del disciplinare unico **«Miele Qualità Certificata»**, il primo standard di settore nell'ambito del Sistema di qualità nazionale zootecnica Ne parleremo ampiamente nel prossimo numero. Il 14 ottobre si chiude a Bruxelles l'esame del disciplinare unico «Miele Qualità Certificata», il primo standard nazionale di settore nell'ambito del Sistema di qualità nazionale zootecnica (Sqnz). Il testo, pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 22 aprile 2026 e notificato alla Commissione europea, richiede **l'assenza di pastorizzazione, l'estrazione solo per centrifugazione, un'umidità sotto il 17% e la tracciabilità** lungo tutta la filiera. Eppoi, sulle pagine del giornale festeggiamo anche le **"Città del Miele" sono 25 ANNI che sono in campo per la promozione collettiva a favore del miele.**

Un progetto che basato su buone gambe di strada ne ha fatta proprio tanta. 52 Città in 18 regioni: un modello unico di promozione e dialogo diretto con i consumatori riconosciuto dalla FAO, che si proietta verso il futuro con il progetto 'Scuola Apiarius' (Università di Camerino) e "Miels Alpini" il 1° concorso europeo dedicato ai mieli delle Alpi.

I numeri che abbiamo appena fornito dimostrano che si è lavorato con lena e quello che sembrava un germoglio è diventato una solida quercia. L'associazione nasce il 5 ottobre 2001 su iniziativa dei Sindaci di Lazise e Montalcino, due realtà che già all'epoca organizzavano annualmente, nei rispettivi comuni, eventi dedicati al mondo del miele ampiamente riconosciuti dal comparto apistico nazionale. In quel giorno storico, altri otto Sindaci di altrettante città firmarono un documento d'intenti, condividendo la missione istituzionale di promuovere i mieli italiani valorizzando i rispettivi territori di provenienza. E per questo lavoro sul territorio non ci stancheremo mai di ringraziarli.

● Massimo Ilari

Immagine: il logo della campagna CENTO PERCENTO CON APINSIEME, autore Enrico Pasini. Più info sulla campagna alle pagine 62 e 63