

BIOLOGICO

PRODUZIONE

## Numeri da record per gli alimenti bio

*Il 2014 chiude con numeri in positivo e la sorprendente crescita del settore, lascia intravedere ulteriori sviluppi.*

di Matteo Barboni

**Percorso di lettura:**  
[www.largoconsumo.info/092012/PL-0912-001.pdf](http://www.largoconsumo.info/092012/PL-0912-001.pdf) (Biologico)

Un risultato da ricordare, quello che ha caratterizzato la 26esima edizione di Sana, con un +36% di visitatori rispetto al 2013, per un totale di oltre 43.500 presenze ed un aumento del 28% di operatori esteri, oltre al +35% di quelli italiani. Non meno importante è il +10% di espositori complessivi, +40% di espositori esteri e 1.500 buyer esteri in visita.

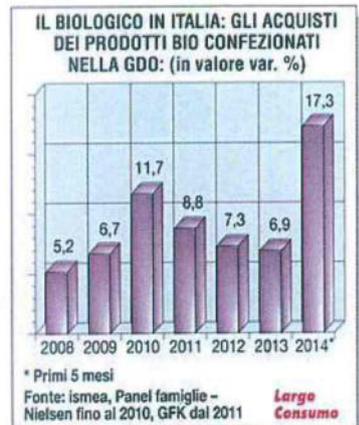
Numeri da record che evidenziano come il settore stia attirando sempre più l'attenzione degli operatori e del pubblico, come testimoniato dalle statistiche di fine fiera e dalle indagini di mercato che indicano per il terzo anno consecutivo una crescita di acquirenti di alimenti a marchio bio, in controtendenza con l'andamento dei consumi generali e nonostante la crisi.

Proprio Sana 2014 è stata l'occasione per esporre i dati sul biologico, confermando il trend più che positivo. Arriva infatti al 59% la percentuale sui consumatori totali, con un sensibile incremento sia rispetto al 54,5% del 2013 (+4,5%) che al 53,2% del 2012 (+5,8%). Soltanto il 41% dei consumatori pare non aver acquistato negli ultimi 12 mesi un prodotto bio, mentre nel medesimo lasso temporale tra gli acquirenti il 37% dichiara una frequenza di consumo di almeno 1 volta a settimana, mentre ben il 22% quotidianamente. Le analisi dell'indagine Nomisma su incarico di BolognaFiere ed in collaborazione Federbio, attestano l'incremento del consumo di alimenti bio certificati, registrato dall'indagine dell'Osservatorio di Sana 2014, rispecchiando contestualmente i dati del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali relativi alle rilevazioni Ismea e del Sinab. Proprio quest'ultimo rileva come gli operatori biologici certificati e censiti in Italia, al 31 dicembre 2013, fossero 52.383 (erano 49.709 al 31 dicembre 2012). Un +5,4%

a cui si associa un +12,8% (sul 2012) relativo alla superficie coltivata secondo il metodo biologico, pari a 1.317.177 ettari (1.167.362 nel 2012). Secondo studi Ismea sulle produzioni agricole 2013 su stime potenziali, in base a superfici investite e rese, si rilevano 7.000 q di frutta bio, oltre 6.000 q di cereali e circa 1.400 q di ortaggi, mentre l'uva biologica da vino ha raggiunto quasi i 5.000 q, mentre le olive da olio superano i 7.000 q.

**“ Il canale d'acquisto principale è la gdo (58% delle famiglie) per la praticità ”**

Positivi risultano anche i consumi, secondo il campione Ismea/Gfk-Eurisko, per i primi 5 mesi del 2014, con crescita a doppia cifra dei prodotti confezionati a marchio bio in gdo, +17,3% in valore rispetto allo stesso periodo del 2013, nonostante le vendite al dettaglio denuncino un -0,7% in termini tendenziali nei primi 6 mesi 2014. A incentivare il consumatore sono il reddito medio alto (69%), figli in età pre-scolare (69%), elevato titolo di studio del familiare che acquista (67%). Non meno impor-



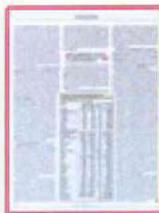
tante è lo stile di vita: chi pratica attività fisiche e sport (62%), chi effettua la raccolta differenziata dei rifiuti (61%), vegetariani o vegani (78%), disturbi alimentari o patologie che impongono un certo tipo di dieta (68%).

È l'ortofrutta a segnare i migliori riscontri: più del 70% delle famiglie acquirenti conferma un acquisto a marchio bio nell'ultimo anno. Seguono uova (57%), yogurt (50%), olio extra vergine d'oliva (49%), marmellate (45%), miele (35%) e vino (22%). Il canale d'acquisto principale è la GDO (58% delle famiglie) soprattutto per la praticità di poter disporre della facile reperibilità di prodotti bio sul punto vendita (44%). Interessante anche la leva della convenienza (17%), mentre le promozioni sono un richiamo per il 12% del pubblico, attirato dalle offerte a volantino, mentre un 28% valuta le offerte sui prodotti bio a scaffale. Un 29% entra in iper e super già con l'idea di quali acquisti effettuare, trattandosi di consumatori di prodotti biologici con abitudini consolidate.

Ad attirare nei negozi specializzati è invece l'assortimento (il 55% dei dichiaranti), in termini di ampiezza (27%), di profondità (11%) o su specifiche categorie (fresco 10%; non food 7%), oltre al fattore chiave rappresentato dalla fiducia nutrita nei confronti dei prodotti offerti dai negozi specializzati in biologico (23%). Dati confermati anche da Ismea-GfK/Eurisko con un incremento record nei primi cinque mesi del 2014 sul bio confezionato, con una crescita oscillante dall'11 al 15%, interessando prodotti ortofruttili freschi e trasformati, biscotti, dolciumi e snack, ma con variazioni positive anche per uova (+5,2%), prodotti lattiero-caseari (+3,2%) e bevande bio (+2,5%), seguiti da miele ed omogeneizzati.

Riscontri dunque positivi e che sembrano potersi ipotizzare anche per il 2015, con una prevedibile crescita della spesa per prodotti alimentari a marchio bio per il 19% degli attuali acquirenti ed un ulteriore 70% che dichiara di confermare l'attuale spesa. Il biologico coinvolge anche la ristorazione, tanto che secondo Nomisma-Sana per il 14,5% degli Italiani vi è stata nell'ultimo anno almeno una occasione per il consumo di un pasto (prima colazione, pasto, cena) in un locale con alimenti biologici, a cui si somma un 2% di abituali, un 9,5% di saltuari ed un 3% che si è limitato ad una sola occasione di consumo fuori casa. Un settore ad alto potenziale, quello ristorativo, che apre nuove prospettive.

Carlo Colletta, direttore commer- ►



## PRODUZIONE

tante di **Rondanini srl**, conferma che «il mercato bio in Italia sta vivendo un buon periodo specie per i prodotti freschissimi, come frutta e verdura e per i cereali. In controtendenza il settore di Rondanini. A fronte di un'espansione dell'agricoltura bio, la zootecnica ha subito una contrazione e la materia prima scarseggia. Il prodotto bio è, infatti, tradizionalmente legato ad una cultura vegetariana e i pregiudizi verso la carne di maiale, ritenuta erroneamente grassa e poco pregiata, rendono difficile il mercato del salume biologico, che ha un prezzo elevato.

Lo scorso aprile **2014 Organic Food Retail** ha avviato, con una prima apertura a Milano da 3.700 referenze, "Almaverde Bio Market", una nuova catena di supermercati dedicati ai prodotti biologici che si caratterizza per avere al proprio interno un bio Bistrot, che cucina e propone nell'arco della giornata esclusivamente i prodotti venduti in negozio. «Siamo un retailer molto integrato a monte - spiega **Natale Mainieri**, consigliere delegato retail operation della società, controllata al 100% da Ki Group, storico distributore di prodotti biologici - poichè siamo licenziatari del marchio Almaverde Bio. Il concept della catena, studiato in Trade Lab, punta su valenze non solo funzionali, ma anche emozionali ed esperienziali. Dal 2015 punteremo anche sull'affiliazione: L'obiettivo è arrivare nel 2017 a una rete di 30 pdv». Lo catena nel frattempo si è arricchita con tre nuove aperture a Bologna (dicembre), Reggio Emilia e Parma (gennaio 2015).

**Gerhard Eberhöfer**, responsabile **Bio Val Venosta**: «In grado di garantire ai propri clienti uno standard unico in termini di rintracciabilità, certezza della provenienza e sicurezza, Bio Val Venosta riesce a coprire la richiesta garantendo il prodotto disponibile 12 mesi all'anno. Il raccolto 2014 di Bio Val Venosta, con ca. 25.000 tons, si assesta sui livelli della passata stagione con un calibro medio-piccolo, ideale per il mercato del biologico.

La qualità dei frutti si presenta molto buona e il colore è ottimo. Sono ben 13 le varietà di mele Bio Val Venosta che si possono fregiare della preziosa denominazione "Mela Alto Adige IGP", ovvero l'Indicazione Geografica Protetta, a garanzia di sicurezza e genuinità. La coltivazione delle mele Bio segue un

metodo di produzione biologica: vengono infatti utilizzate solo tecniche naturali di coltivazione, per offrire mele sane, ricche di macronutrienti e prive di residui. L'uso di soli fertilizzanti organici e metodi di gestione del suolo a basso impatto ambientale, garantisce una produzione sostenibile ed eco-compatibile.

**“ Il prodotto bio è tradizionalmente legato ad una cultura vegetariana ”**

La produzione dei soci che si dedicano al biologico viene sottoposta periodicamente a severi controlli, atti a definirne il profilo qualitativo: i produttori biologici della Val Venosta non solo rispettano le direttive europee ma si attengono anche alle direttive molto più severe delle associazioni Bioland e/o Demeter.

Con queste premesse Bio Val Venosta

andrà a BioFach, Salone Mondiale dei prodotti biologici, per incontrare i rappresentanti dell'intero settore biologico e discutere del futuro del mercato del Bio e di come il comparto possa contribuire ancor meglio a rendere il mondo più vivibile rafforzando collaborazione e solidarietà».

«**Buona Compagnia Gourmet** - spiega l'amministratore delegato **Daniele De Rosa** - nasce dall'accorpamento di due storiche aziende: **Essedue Alimentare** di Quinto di Treviso specializzata nella produzione di gnocchi da patate fresche, e **Pamfood** di Savona, specialista dei sughi freschi.

Il brand **Patamore** rappresenta una vasta gamma di prodotti a base di patate fresche: I **Classici** di patate fresche in confezioni da 500 g e in mini-porzioni da 250 g; **Le Specialità** con l'aggiunta di spinaci, zucca, radicchio, funghi porcini e basilico; I **Biologici classici** e specialità in confezioni da 400 g; I biologici con

farine speciali di grano khorasan Kamut® e farro; I biologici per vegani in versione classica e con farina di grano khorasan kamut®; I prontissimi. Purè di patate fresche e Centrocette, base per preparazioni gastronomiche; I tipici regionali come gli Spätzle e i nuovissimi **Gnocchi freschi con patate Selenella**. Sempre coerenti nella scelta di lavorare nel rispetto della genuinità e naturalità degli ingredienti, la linea dei prodotti biologici rappresenta il meglio degli gnocchi freschi Patamore. Controllati e riconosciuti da un organismo di controllo indipendente, gli gnocchi freschi biologici sono prodotti da patate fresche selezionate all'origine. Pochi, semplici e naturali gli ingredienti aggiunti: farina di frumento, uova e sale. Nasce così un prodotto naturale, a basso contenuto di grassi, valida alternativa alla pasta e di rapidissima preparazione (1 minuto). Gli gnocchi Patamore sono inoltre privi di conservanti o additivi chimici: l'azienda infatti da sempre evita l'uso di derivati della patata quali fecola o fiocco contenenti additivi per la conservazione.

Il processo produttivo, ispirato alla semplicità della lavorazione casalinga delle massaie, è adattato alla dimensione industriale per rispondere alle crescenti richieste dei mercati di alta gamma. Sempre più i consumatori si rivolgono ad alimenti naturali quali gli gnocchi Patamore e questo trend si traduce in un continuo aumento dei volumi prodotti. ■

**MERCATO ITALIA BIOLOGICO: SUPERFICI E VOLUMI PRODUTTIVI PER TIPOLOGIA DI CULTURA: 2012, 2013 e var. % (in q e ha)**

Cultura	superfici (ha)	2012	2013	'13/'12	var. %	produzione (q)
<b>Ortaggi</b>	<b>19.250</b>	<b>20.157</b>	<b>4,7</b>	<b>1.354.518</b>		
Cavolfiore e broccoli	914	878	-3,9	182.380		
Asparagi	531	513	-3,4	36.675		
Lattuga	197	165	-16,2	31.590		
Pomodori	2.068	1.967	-5,8	711.443		
Meloni	451	737	63,3	142.633		
Carote	752	684	-9,1	196.410		
Cipolla	270	237	-12,2	53.388		
<b>Cereali per la produzione di granella</b>	<b>210.543</b>	<b>191.400</b>	<b>-9,1</b>	<b>6.104.201</b>		
Grano duro	87.795	98.359	12	3.003.837		
Grano tenero e farro	26.347	24.677	-6,3	797.947		
Orzo	30.829	30.329	-1,6	869.473		
<b>Semi oleosi</b>	<b>8.760</b>	<b>10.782</b>	<b>23,1</b>	<b>192.668</b>		
Girasole	3.262	5.626	72,5	95.665		
Soia	4.493	3.888	-13,5	97.003		
<b>Piante da radice</b>	<b>1.175</b>	<b>909</b>	<b>-22,7</b>	<b>156.041</b>		
Patate	894	667	-25,4	156.041		
<b>Frutta</b>	<b>78.122</b>	<b>100.986</b>	<b>29,3</b>	<b>6.724.007</b>		
Mele	3.995	3.586	-10,2	1.078.515		
Pere	1.280	1.111	-13,2	156.641		
Pesche	1.946	1.644	-15,5	261.901		
Albicocche	2.001	1.930	-3,6	243.267		
Ciliegie	3.004	2.981	-0,7	96.524		
Prugne	744	907	21,9	112.274		
Noci	1.245	1.162	-6,7	25.523		
Nocciole	6.987	7.175	2,7	106.617		
Mandorle	10.572	22.306	111	294.222		
Castagne	10.665	7.565	-29,1	106.831		
<b>Agrumi</b>	<b>25.340</b>	<b>28.816</b>	<b>13,7</b>	<b>3.570.377</b>		
Limone e lime	4.364	5.555	27,3	1.359.015		
Arance	12.040	13.038	8,3	2.211.362		
<b>Uva da vino</b>	<b>55.970</b>	<b>66.578</b>	<b>19</b>	<b>4.914.880</b>		
<b>Olive da olio</b>	<b>163.454</b>	<b>175.500</b>	<b>7,4</b>	<b>7.622.558</b>		

Fonte: Ismea

Largo Consumo