



ASSOCIAZIONE ITALIANA
PER L'AGRICOLTURA BIOLOGICA

Continua la love story tra bio e italiani: una passione che è a tutela della biodiversità, della salute e del lavoro



A cura di Alba Pietromarchi, FIRAB
Fondazione di Ricerca in Agricoltura Biologica e Biodinamica

A dispetto della crisi, il biologico accelera - grazie anche allo spread dei prezzi con gli alimenti convenzionali che è più contenuto rispetto al passato - e negli ultimi venti anni ha fatto registrare una crescita a più cifre: +250% in valore, contando sull'11% della superficie coltivata nazionale. Circa 1,4 milioni di ettari sono passati dall'agricoltura convenzionale a quella biologica, vedendo in breve tempo aumentare anche la biodiversità dei campi del 34%, stimata come incremento del numero di specie presenti, dai batteri alle piante fino ai mammiferi e agli uccelli, secondo uno studio dell'Università di Oxford.

I dati dimostrano che il settore della produzione biologica risponde bene, non solo alle nuove richieste del consumatore di prodotti sani, buoni, sicuri, equi e sostenibili, ma anche a generare maggiori opportunità di lavoro: si stima un 10-20% in più di addetti per ettaro rispetto all'agricoltura convenzionale.

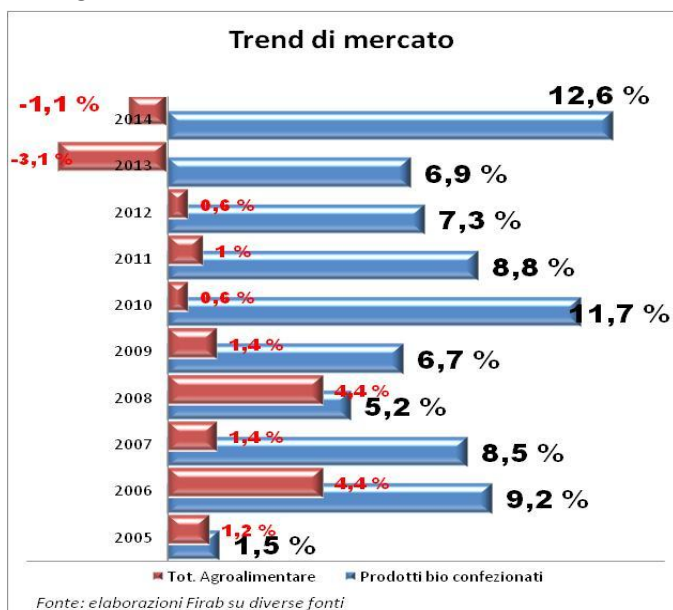


Fondazione Italiana per la Ricerca in Agricoltura Biologica e Biodinamica - FIRAB viene promossa da **AIAB** nel 2007 al fine di avere un soggetto a livello nazionale ed internazionale che avesse come suo primario mandato la ricerca e l'innovazione a vantaggio delle aziende bio. FIRAB è ancora oggi l'unico esempio in Italia di soggetto di ricerca interamente dedicato a questo fine.

Sulla tavola delle famiglie italiane si propongono sempre di più prodotti maggiormente sicuri, sani, senza pesticidi, senza Ogm, ancora di più se in famiglia c'è un figlio piccolo!

Due famiglie su tre, ovvero 18,4 milioni di famiglie italiane su un totale di 24,6 censite dall'Istat, acquistano prodotti bio almeno una volta, secondo una ricerca Nielsen, e tra questi, risultano 3,2 milioni di acquirenti abituali (+14,8% nell'ultimo anno), e altri 3,2 milioni (+8,4%) che lo acquistano una volta al mese. Prevalentemente sono donne, maggiormente del Nord Italia, di età compresa tra i 25 e i 44 anni e fra i 55 e i 64 anni.

Si sta sempre di più diffondendo un nuovo modello di consumo, in cui il cibo non è più la risposta a logiche di sfruttamento che offendono la terra, ma che richiede una maggiore attenzione agli sprechi, alla riduzione delle quantità, senza perdere di vista la qualità e il valore da ridare a ciò che mangiamo!



Ciò emerge anche tra le motivazioni di scelta dei prodotti bio, sulla base dei risultati del sondaggio svolto dalla Biodomenica nella scorsa edizione: ai primi posti quelle legate a ragioni di salute, per evitare prodotti chimici, a ragioni etiche e di rispetto dell'ambiente. Si guarda sempre di più al km0 e alla provenienza locale e garantita dei prodotti bio acquistati e si ricorre al prodotto importato solo in mancanza dell'equivalente italiano per due italiani su tre che acquistano bio. Ed in rapporto con gli Ogm, tutti compatti con i NO alla loro immissione in agricoltura e alla loro

commercializzazione. A tal riguardo è bene ricordare che gli Ogm sono banditi dal bio: non si possono coltivare in aziende biologiche in nessun Paese, sono esclusi per ragioni etiche, ancor prima che ambientali, economiche ed agroecologiche.

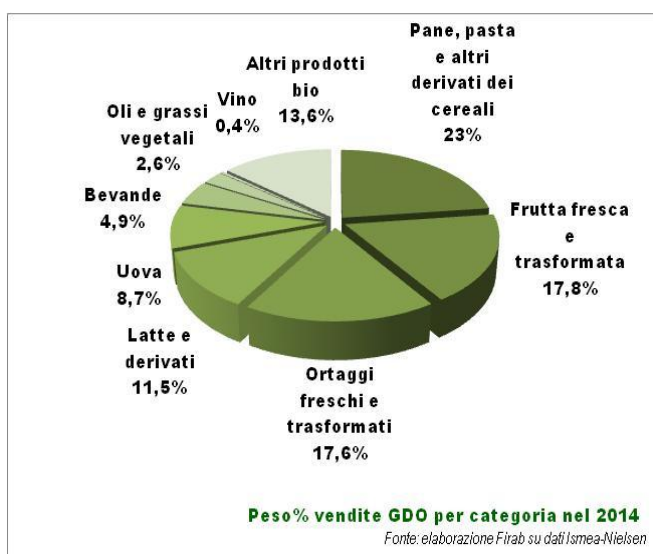
Oggi vediamo, quindi, che il comportamento dei consumatori può avere un ruolo decisivo nella tutela dell'ambiente e nel preservare la biodiversità: chi acquista prodotti che derivano dall'agricoltura biologica contribuisce a contrastare la perdita di biodiversità nelle campagne a beneficio dell'ambiente e del paesaggio naturale. Diverse sono le ragioni che possono spiegare l'influenza positiva dell'agricoltura biologica sull'ecosistema: in primis, non vengono impiegati pesticidi e fertilizzanti sintetici e tutti i mezzi tecnici con impatto ambientale (locale e globale); poi la gestione simpatetica delle aree vicine non coltivate, come siepi, stagni, che contribuiscono ad ospitare diverse specie animali e vegetali ed infine, l'impiego di tecniche di coltivazione biologica che accompagna la pratica dell'allevamento, diversificando gli habitat sui terreni agricoli e favorendo la ricchezza di specie animali e vegetali. Lo confermano anche i dati di una ricerca dell'Università di Oxford, pubblicati sul Journal of Applied Ecology¹: **le aziende biologiche aumentano la ricchezza di piante, insetti e altri animali in media del 34%** rispetto a quanto fanno le aziende agricole convenzionali.

Una crescita di responsabilità e consapevolezza nelle scelte degli acquisti che, seppure deve fare i conti con un ridotto potere d'acquisto, vede l'affermarsi e il continuo rafforzarsi delle vendite di prodotti che interessano l'area della salute, del benessere e, soprattutto, del bio.

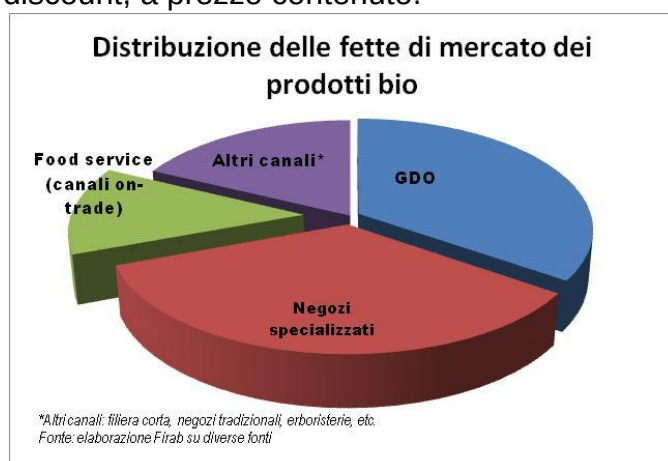
Risultato: più 16% le vendite di prodotti bio nella GDO nei primi 4 mesi del 2015 secondo gli ultimi dati Ismea-Nielsen. Una tendenza dei consumi confermata anche da Nomisma: crescita del 12,6%, nel 2014, per quanto riguarda tutte le vendite delle referenze a marchio biologico,

¹ S. L. Tuck, C. Winqvist, F. Mota, J. Ahnstrom, L. A. Turnbull and J. Bengtsson 2014 - REVIEW Land-use intensity and the effects of organic farming on biodiversity: a hierarchical meta-analysis. Journal of Applied Ecology 51, 746-755

solitamente più costose, ma preferite in quanto sostenibili e ad alti contenuti valoriali, contro un calo di quelle degli alimentari convenzionali.



Dinamica positiva che dipende, oltre all'ampliamento del numero di famiglie acquirenti, alla crescita dell'offerta presente nei diversi canali di vendita, soprattutto in quelli che non sono specializzati per il bio, come le grandi catene della GDO: nel 2014, secondo Ismea-Nielsen, la gamma di referenze offerte dalla grande distribuzione è aumentata del 14%; ha giocato un ruolo significativo anche la profondità di gamma di linee di prodotti bio, dove la quota delle private label è molto alta, e l'introduzione di nuove linee bio a marchio proprio anche nei discount, a prezzo contenuto.



Crescita di vendite a due cifre per il comparto dei derivati dei cereali bio confezionati (+18,9%), che rappresentano il 23% della spesa delle famiglie italiane nella GDO. In particolare, si segnala il forte incremento

rispetto al 2013 degli acquisti di pasta (+21%). È bene ricordare che l'Italia occupa una posizione di assoluto rilievo a livello mondiale, quale produttore di cereali biologici, collocandosi ai primi posti nella graduatoria mondiale dei Paesi produttori. È inoltre leader mondiale nella produzione di pasta di grano duro biologico.

Il carrello della spesa si è inoltre arricchito anche di referenze quali ortofrutticoli trasformati (nel dettaglio: ortaggi, +14,3%; frutta, +1,4%), oli di oliva extravergini (+10,3%), uova (+4,6%) e lattiero caseari (+4,1%). Sono risultate, invece, in calo le vendite del fresco nella grande distribuzione (dato che ha risentito dell'andamento stagionale che si è avuto nel 2014 e delle scelte di vendita. L'ortofrutta fresca bio nella GDO è venduta solo confezionata e l'imballaggio ed i volumi limitati incidono anche sui prezzi).

Spicca l'incremento per bevande e i succhi di frutta (+28,3) e quello per i vini bio (+5,6%), pur non essendo la GDO il canale privilegiato per il vino bio. In ogni caso, cresce il segmento di consumatori con forte interesse per il vino bio, pur di dimensioni ancora piccole ma in grande aumento, come dimostrano i dati di Wine Monitor– Nomisma: nel 2015, il 16,8% degli italiani ha consumato, in almeno una occasione, in casa o fuori casa, un vino a marchio bio, mentre nel 2013 il consumo di vino bio coinvolgeva solo il 2% della popolazione.

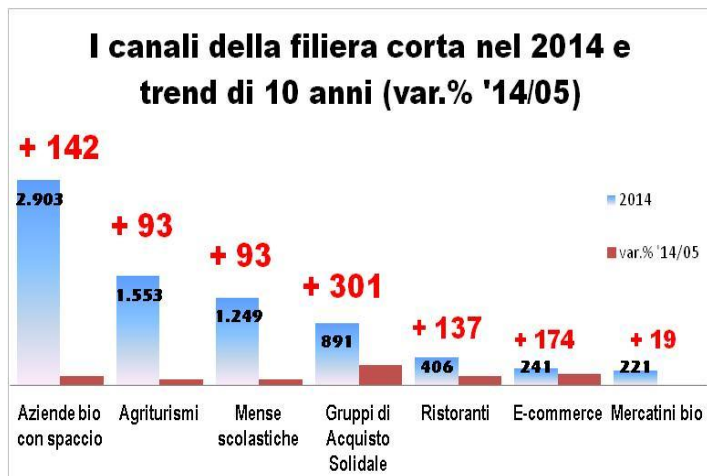
Pasta, pane, biscotti e altri derivati dei cereali, ortofrutta fresca e trasformata, lattiero-caseari sono le top 3 categorie del biologico per fatturato: coprono circa il 70% della spesa complessiva sostenuta dalle famiglie italiane presso la Gdo nel 2014.

E se la GDO fino a pochi tempo fa era un canale secondario, le stime più recenti dell'Ismea descrivono una **impennata della Distribuzione moderna**, che ha raggiunto nella prima metà del 2015 un fatturato nel segmento di circa 855 milioni, superando i negozi specializzati, che rappresentano il 35% delle vendite al dettaglio bio (escluso il food service) e muovono un giro d'affari che vale tra gli 800 milioni di euro, secondo Ismea, mentre le stime di AssoBio lo

collocano al miliardo di euro (e di conseguenza ribadiscono la rilevanza rispetto alla GDO).

Peraltro, mentre i consumatori "fedeli" di prodotti biologici si rivolgono ai canali specializzati, in grado di offrire una gamma completa, il canale della grande distribuzione ha come cliente tipo il consumatore occasionale o quelli avvicinati al bio di recente, attratte dalle promozioni, dall'ampia gamma di prodotti offerti anche sugli scaffali dei supermercati e discount. Ora la sfida è quella di "convertire" anche coloro che acquistano saltuariamente. I negozi si concentrano soprattutto al Nord: al primo posto è risultata nel 2014 la Lombardia, con 237 attività, seguita dal Piemonte con 164 e dal Veneto con 153, per un complessivo di 1.348 punti vendita in Italia censiti da BioBank nel 2014, cresciuti negli ultimi 5 anni del 16%. Si registra una **continua crescita dei negozi specializzati**, ad un tasso medio annuo del +12% e del +15% negli ultimi 5 anni, con i grandi nomi della business community, italiana e non, che stanno sempre più investendo in questo settore, ma soprattutto per l'ingresso di nuovi protagonisti sul mercato e l'avvio di nuove reti tra i negozi specializzati.

A influenzare l'impennata delle vendite della GDO, soprattutto nei super e lper, ha giocato **il differenziale dei prezzi praticati tra specializzato e distribuzione moderna**: una differenza fra le due quotazioni del 10%-20%, a fronte di maggiori servizi offerti dai punti vendita specializzati, in termini di assortimento, informazione, gestione del carrello della spesa anche on line, flessibilità di consegna e capacità di creare legami forti per meglio fidelizzare il consumatore, aumentare il passaparola, anche attraverso i social.



Altro *boom* significativo è quello registrato dai **canali di filiera corta**: in volata soprattutto i GAS (gruppi di acquisto solidale), cresciuti del 300% in 10 anni, secondo l'ultima rilevazione svolta da Bio Bank.

Il **grande successo della vendita diretta**, che con mercatini, GAS e E-commerce rappresenta oltre il 10% delle vendite, sulla base di una indagine fatta da Ismea/Aiab, è dato dal fatto che, oltre a garantire l'acquisto di prodotti bio a prezzi accessibili e una maggiore retribuzione del lavoro agricolo, permette anche di attivare dei beni relazionali per i produttori e per i consumatori.

Con la filiera corta, infatti, si riscopre il giusto valore del cibo, il giusto prezzo ed il produttore può comunicarlo direttamente al consumatore. Un modo per ridare valore al cibo, dandogli un nome ed un volto, diventando lo strumento per incentivare il cambiamento culturale in atto rispetto al nostro rapporto con l'alimentazione.

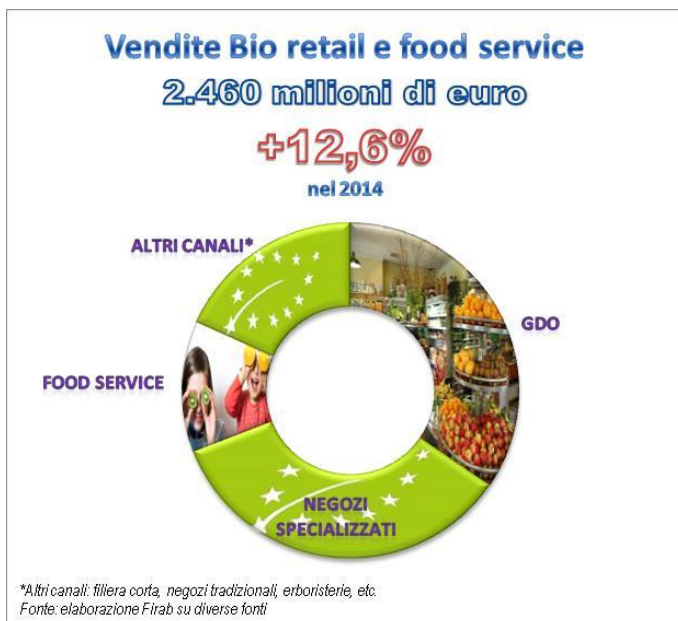
Risultato: **una riduzione dei prezzi** compresa fra il 30% e il 40% a seconda dei prodotti acquistati, secondo una recente indagine Firab. **Bene anche le vendite attraverso la ristorazione**, i bar, le mense e in generale il *food service* che muove un ulteriore giro d'affari di circa 315 milioni, secondo Nomisma.

I canali di vendita che, al contrario, non hanno saputo cogliere questo nuovo insight proveniente dai consumatori, hanno registrato un calo delle vendite, come indicano i dati Federbio per il comparto bio nei negozi tradizionali (-18%), in cui manca un marketing in logica moderna e gli assortimenti sono spesso modesti.

Ulteriori opportunità di espansione sembrano, inoltre, espresse anche dal target degli attuali non consumatori di prodotti bio: alcune recenti indagini indicano che una quota del 25-30% dei consumatori sarebbe intenzionato ad acquistare prodotti biologici se questi fossero presenti nei canali di vendita che frequenta abitualmente, o se fossero proposti nei diversi menù.

Non è un caso, infatti, che i consumi di prodotti bio siano maggiormente concentrati al Nord Italia, laddove vi è una maggiore

capillarità dei punti vendita, mentre continua ad essere penalizzato il Sud Italia, carente nella rete distributiva specializzata, nonostante sia l'area a maggiore presenza di colture biologiche.



Si stima che il mercato del biologico italiano abbia superato i 3,9 miliardi di euro, con quasi 2,5 miliardi di euro di vendite al dettaglio in negozi specializzati, grande distribuzione, vendita diretta in azienda, mercatini, ristoranti e agriturismi, gruppi di acquisti, siti dell'e-commerce e altri canali di filiera corta e 1,4 miliardi generati dalle esportazioni (Assobio, Ismea, Nielsen, Nomisma e altre fonti, 2015).

La crescita del mercato interno, +12,6% rispetto al 2013, ha registrato un +5,2% nei canali di distribuzione all'interno dell'on-trade (bar, ristoranti ecc. cioè luoghi dove i prodotti bio vengono acquistati e consumati) e +13,8% in quelli off-trade, propriamente le vendite al dettaglio. Già negli anni scorsi, i dati ci consegnavano un settore più dinamico e che sta sempre più rappresentando un'avanguardia, che ha aperto e apre scenari di sviluppo per il sistema agroalimentare. *Ad esempio*, nel 2013, l'agriturismo e il turismo rurale nel bio occupano un posto rilevante fra le attività di diversificazione, con un fatturato di 902 milioni di euro, registrando la continua crescita del settore (+2% nell'ultimo anno), sia dal lato dell'offerta (+4% come numero di letti sul 2012), sia come numero di ospiti, che ha ormai superato la soglia dei 2,4 milioni di presenze. In aumento sono risultate anche le

attività dedicate all'educazione e alla didattica, con 2.505 fattorie didattiche accreditate.

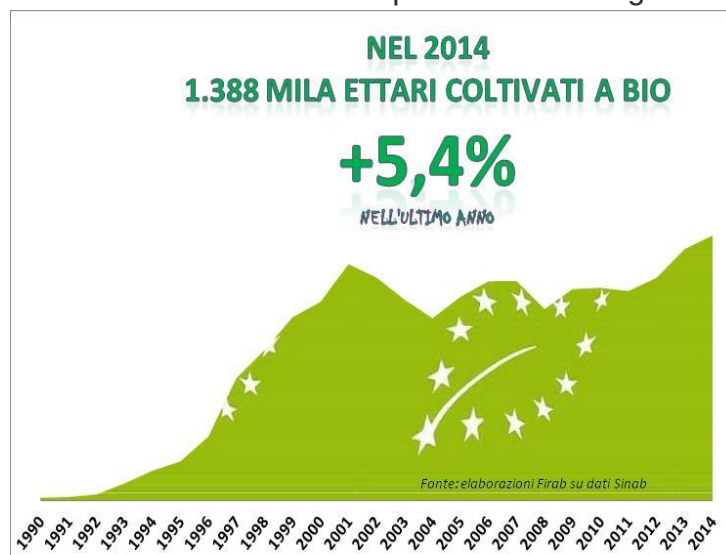
Crescita ancora più interessante in termini di profitto: le aziende biologiche conseguono risultati produttivi e reddituali superiori a quelli raggiunti dalle convenzionali simili, sulla base dell'indagine Rica svolta dal Crea (già Inea), rilevando così come il metodo di produzione biologico possa rappresentare per le aziende agricole una valida alternativa al sistema di coltivazione convenzionale.

Ma andiamo per ordine:

+10% il fatturato delle aziende biologiche rispetto alle corrispondenti convenzionali. Le aziende bio hanno un maggior ricavo che proviene da attività connesse (5%), quali l'agriturismo o il contoterzismo, contro il 2% del fatturato aziendale delle convenzionali.

Minore entità dei costi correnti

(beni di consumo, servizi prestati da terzi e altre spese dirette), che pesano meno del 30% del fatturato (39% in quelle convenzionali), a fronte del fatto che viene impiegata una minore quantità di mezzi tecnici nelle bio. Al contrario, i costi relativi al lavoro e agli affitti passivi risultano superiori nelle aziende biologiche, dove si fa maggior uso di manodopera, così come richiesto dal metodo di produzione biologica.



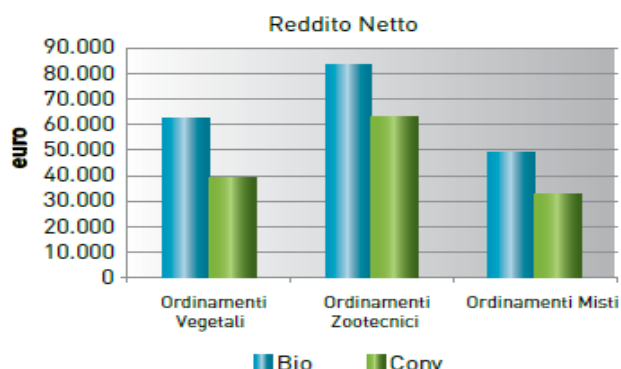
Una maggiore estensione delle superfici: la superficie agricola media utilizzata è di circa 50 ettari contro i 35 delle convenzionali, **comporta un**

maggior impiego di forza lavoro:

+20% di lavoratori - le aziende biologiche occupano in media 2,2 unità di lavoro annuali (1 Ula equivale a 1.800 ore/annue per lavoratore salariato) mentre le convenzionali 1,8 unità, secondo Crea (già Inea).

+ 30% circa il reddito netto, ovvero il compenso dell'imprenditore e della sua famiglia, delle aziende biologiche rispetto a quello delle convenzionali.

CREA (già Inea), Risultati economici per i principali ordinamenti produttivi, 2011



Fonte: INEA, banca dati RICA.

Migliori risultati economici delle aziende biologiche, come si può vedere dai grafici Inea. Per inciso, concorrono alla formazione del risultato reddituale i contributi comunitari percepiti con la politica agricola comune (Pac). È anche vero che tali contributi, sommando gli aiuti del primo e del secondo pilastro, sono maggiori per le aziende bio di 4 punti percentuali rispetto a quelli che prendono le aziende convenzionali, quest'ultime favorite al contrario dal primo pilastro.

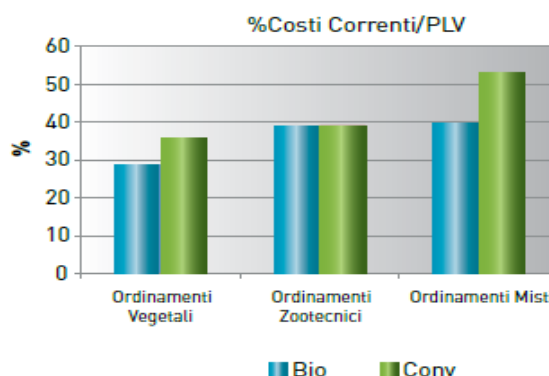
I dati dimostrano quindi che il settore della produzione biologica risponde bene, non solo alle nuove richieste del consumatore di prodotti sani, buoni, sicuri, equi e sostenibili, ma anche a generare maggiori opportunità di lavoro: **si stima un 10-20% in più di addetti per ettaro rispetto all'agricoltura convenzionale²**.

Secondo gli ultimi dati Sinab l'agricoltura bio impegna oltre 55,4 mila operatori in termini di

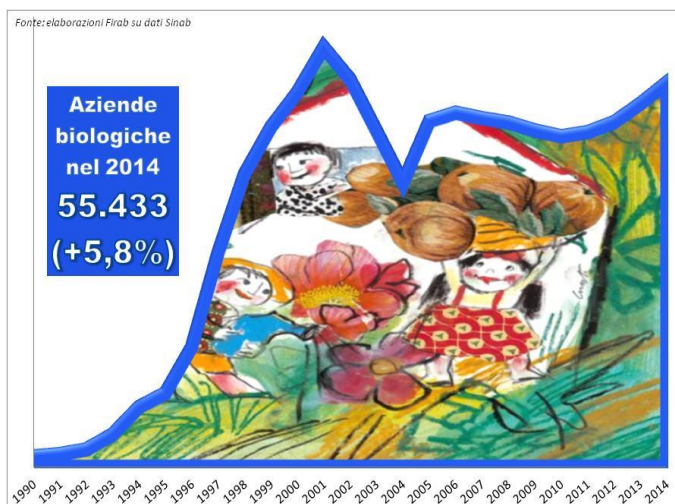
numero di imprese, che coltivano 1,4 milioni di ettari di terreno, facendo dell'Italia una delle protagoniste del settore a livello europeo (l'Italia è al primo posto per numero di aziende e al secondo per superfici coltivate) e mondiale (l'Italia è al sesto posto per dimensioni del settore e fra i primi per flusso di merci esportate).

A fronte del consistente calo dell'occupazione che sta registrando l'agricoltura in generale, quella bio impegna sempre più operatori, che solo nell'ultimo anno sono cresciuti del 5,8% rispetto al 2013.

In venti anni **+ 421% di aziende certificate bio.**



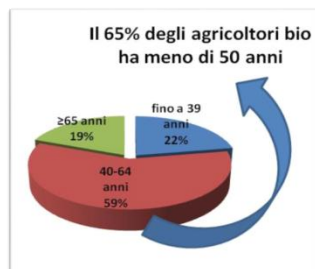
Se poi calcoliamo che -secondo il Crea (già Inea)- le aziende bio occupano in media 2,2 unità di lavoro annuali, contro 1,8 delle convenzionali, e considerando che parliamo di un metodo di produzione agricola che comporta un maggior impiego di forza lavoro, se consideriamo le maggiori estensioni delle superfici, che oggi investono 1,4 milioni di ettari, **il numero degli agricoltori è di gran lunga maggiore!**



² per approfondimenti: www.sustainlabour.org

Prevalentemente sono produttori agricoli (88% del totale aziende bio, di cui l'11% è la quota di quelli che effettuano sia attività di produzione che di preparazione), mentre per quanto riguarda i preparatori esclusivi (comprese le aziende che effettuano attività di vendita al dettaglio), l'incidenza è risultata pari al 12%.

Considerata la grande impennata delle vendite, ci sono ampi spazi perché più produttori si convertano al bio.



Peraltro, sono aziende condotte **da giovani imprenditori** (età inferiore a 39 anni per il 23% del totale aziende bio, mentre tale incidenza scende al 10% rispetto ai loro "colleghi" convenzionali), maggiormente tecnologici e innovativi.

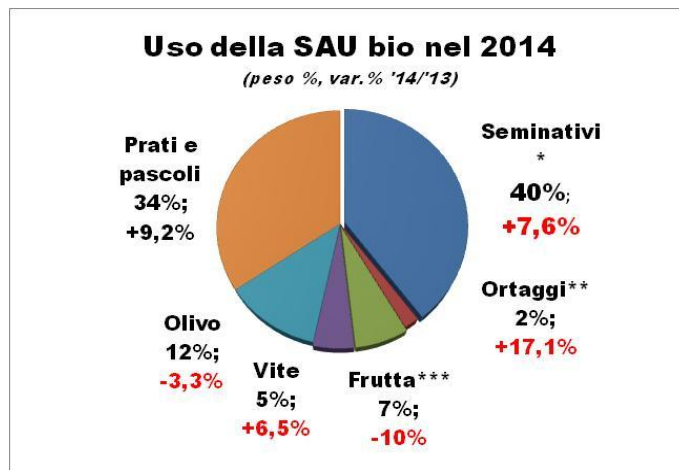
Il 65% dei capiazienda bio ha meno di 50 anni; una azienda su tre è condotta da donne, che hanno mediamente un maggior livello d'istruzione: dati che confermano le grandi potenzialità di questo settore portante della *green economy*.

Ciò significa che, forti di una cultura d'impresa maggiormente pronta all'innovazione e al cambiamento, con un livello culturale medio alto e conduttori mediamente più giovani, motivati e consapevoli per la scelta fatta in agricoltura biologica, dotati di sensibilità ecologica ed etica, sono aziende che hanno una maggiore capacità di comunicazione nonché abilità commerciali e capacità di "fare sistema". **Un settore che valorizza e monetizza le ricchezze del nostro territorio e le produzioni autoctone, avendo chiara la crescente sensibilità dei consumatori verso la sostenibilità ambientale e alimenti sani senza pesticidi.**

Considerata la grande rilevanza del settore, anche economica, è sempre più necessario

rafforzare e rilanciare il suo ruolo positivo anche in termini ambientali, soprattutto a sostegno e salvaguardia della biodiversità.

Dinamicità del settore confermata anche dalla crescita delle superfici coltivate: 5,4% nel 2014! L'11% circa di superficie agricola nazionale è BIO nel 2014.



La superficie agricola biologica utile (SAU) è principalmente dedicata alla coltivazione di **seminativi**, oltre 548 mila ettari di cereali, legumi secchi, piante da radice, colture foraggere, che rappresentano il 40% della superficie coltivata e sono aumentati del 7,6% rispetto al 2013. Seguono tutti i frutteti, i piccoli frutti, la frutta in guscio e gli agrumi, quest'ultimi cresciuti del 3,6% nel 2014. Rilevante è la superficie coltivata ad **olivicoltura e viticoltura**, 170mila ettari di oliveti e oltre 72mila di vigneti, una estensione che porta l'Italia tra i maggiori produttori al mondo.

Un paesaggio agrario con **una crescente presenza di animali allevati**: +14% di polli bio che vengono allevati per la carne e per le uova, che rappresentano il 73% del totale capi della zootecnia bio; di rilievo i bovini e gli ovini, dal cui latte si producono eccellenti prodotti lattiero-caseari, e che dispongono di centinaia di migliaia di ettari di prati e pascoli.

E poi decine di migliaia di ettari di siepi, filari di alberi, boschi così importanti per la biodiversità e per le centinaia di migliaia di api: il giro d'affari che muove la produzione di miele, in Italia, è di 60 milioni di euro l'anno ed il miele biologico rappresenterebbe oltre il 10% dell'intera produzione nazionale, secondo i dati Sinab.