

AGRIFOOD

DS6901
Prodotti bio: Italia al top
«Ma più consumatori
nel resto d'Europa»

Masetti a pagina 16

Prodotti bio, Italia al top «Ma all'estero il consumo è maggiore»

Federbio: «Siamo primi in Ue per esportazioni»
La frutta è al 25% delle vendite nazionali

di **Nicholas Masetti**

L'ITALIA È IL PAESE del biologico. Per la produzione, ma non per i consumi. Lo dicono i dati, lo testimonia l'export in ascesa e lo conferma Maria Grazia Mammuccini (**nella foto**), presidente di FederBio, organizzazione di riferimento a livello nazionale. Una federazione di sistema, con sede a Bologna, che al suo interno coinvolge tutta la filiera, a 360 gradi, dalla produzione ai servizi, passando per il processo di trasformazione e di distribuzione. «Vogliamo promuovere sempre di più il settore. Negli anni il biologico è uscito dalla dimensione di nicchia, ma può e deve crescere ancora di più», spiega Mammuccini, imprenditrice toscana. Ma sempre tutelando il settore, «con linee guida e standard di produzione che garantiscano una corretta applicazione delle norme», prosegue Mammuccini.

Guardando sempre alla sostenibilità. Presidente, rispetto al passato quanto è cambiata l'attenzione del consumatore al prodotto? Si sceglie sempre di più quello biologico?

«Il settore del biologico è in crescita costante, dal 2012 in poi, sia per la produzione che per i consumi. La frenata si è vista con l'aumento dell'inflazione dal 2022. Ma rispetto al resto della spesa alimentare il biologico ha tenuto di più. Nel 2024 infatti i dati del Bio tornano consistenti. In volume è cresciuto del 5%, in valore del 4,5%. C'è sempre più sensibilità da parte dei cittadini: il motivo fondamentale è la propria salute. C'è maggiore con-

sapevolezza sull'ambiente, sulla biodiversità e sull'impatto sul clima. Quindi il cambiamento è ancora in corso e il biologico offre un'alternativa concreta ai consumi. Infine, con le politiche europee, le superfici agricole biologiche aumenteranno sempre di più».

Ecco, l'Italia è leader del settore biologico: vanta la più alta percentuale di superfici bio superando Germania, Spagna e Francia. E detiene anche il primato nell'Unione europea per numero di produttori biologici. Ma cosa si può fare di più?

«Dal punto di vista della produzione siamo leader europei, con un 20% della superficie agricola coltivata biologica, il doppio della media Ue. Ma non siamo assolutamente leader nei consumi, con solo il 3% di consumi bio a livello europeo sull'alimentare. Siamo dietro a molti paesi europei come Danimarca (13%), Svezia (9%), ma anche Francia e Germania (sul 7%), oltre agli Stati Uniti e al Giappone. Perciò dobbiamo fare un grosso lavoro sui consumi. Servono maggiori campagne di comunicazione e informazione istituzionale sul Bio. I cittadini devono saper distinguere ed essere informati sui prodotti, con garanzie del marchio biologico.



Perciò la priorità è migliorare i consumi, ma senza dimenticarci della produzione. Infatti, per evitare che si riducano le aziende agricole, bisogna investire maggiormente nella semplificazione: c'è troppa burocrazia che mette in difficoltà le piccole-medie imprese. E poi dobbiamo rinforzarci in ricerca e innovazione».

Quali sono i prodotti bio più consumati in Italia?

«Siamo partner con AssoBio, Nomisma e Bologna-Fiere dell'Osservatorio SANA che monitora il mercato del Bio. La frutta è al 25% delle vendite nazionali biologiche, seguita da latte e derivati al 23%, dagli ortaggi al 20%. Poi tutti i derivati dei cereali che raggiungono l'11,5% dei consumi. Si tratta di prodotti in cui il nostro paese ha un'ottima qualità di produzione».

A livello di export invece come va il prodotto bio italiano?

«L'export va meglio dei consumi interni. Dal 2012 al 2023 registriamo una crescita del 203%. L'incidenza dell'export Bio italiano sul totale dell'agroalimentare è del 6%. Siamo infatti primi in Europa per l'export di biologico e secondi nel mondo, dietro solo agli Stati Uniti. Un segnale chiaro di cosa significhi unire qualità e identità del prodotto Ma-

de in Italy, insieme a un metodo sostenibile: si ottiene il massimo del risultato. Il prodotto più venduto all'estero è il vino, con l'8,5% sul totale dell'export del vino italiano. Poi seguono ortofrutta, formaggi, salumi e pasta. Germania, Francia, Belgio, Svezia, Norvegia e Finlandia sono i nostri mercati principali in Europa, mentre fuori dall'Ue Stati Uniti, Svizzera, Regno Unito, Canada e Giappone».

Il marchio del biologico italiano, di proprietà del Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, è in dirittura d'arrivo. Di cosa si tratta e che plus darà ai brand?

«Questa mossa può rafforzare ulteriormente il biologico perché oggi il prodotto Bio italiano non è facilmente riconoscibile. Per essere tale infatti il 95% della materia prima deve essere di origine italiana, come previsto dal regolamento europeo. Ma leggere l'etichetta, attualmente, è difficile. Così il marchio sarà totalmente coerente con il regolamento europeo e verrà dato solo a chi rispetta i parametri. E attraverso il marchio il prodotto diventerà riconoscibile. Un punto di forza quindi sia nel mercato interno che in quello estero. Speriamo diventi uno strumento che permetta di rafforzare la crescita del settore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL PROFILO

Tutela lo sviluppo di tutta la filiera

FederBio è una federazione di organizzazioni di tutta la filiera dell'agricoltura biologica e

biodinamica, con sede a Bologna, che ha l'obiettivo di tutelarne e favorirne lo sviluppo.

FederBio è riconosciuta quale rappresentanza istituzionale di settore nell'ambito di tavoli nazionali e regionali. È socia di

Ifoam e Accredia, l'ente italiano per l'accreditamento degli organismi di certificazione. Conta anche su FederBio Servizi, società di consulenza specializzata nel rispondere alle esigenze degli operatori del settore pubblico e privato.

I prodotti bio che crescono di più

Var% e differenziale in mln €, Prog 16 giugno 2024 su precedente

Olio extravergine di oliva	47%
Creme spalmabili dolci	27,5%
Frutta conservata	24,4%
Ingredienti	18,8%
Pasta senza glutine	16,4%
Estrusi	16,3%
Piatti pronti vegetali	15,2%
Banane	13,2%
Snacks dolci	13,2%
Omogeneizzati	13,1%
Cereali prima colazione	10,8%
Sostitutivi del latte UHT	10,3%
Galette	6,4%
Uova di gallina	5,3%
Confetture e spalmabili base frutta	3,6%

Fonte: Nomisma per Osservatorio Sana su dati NielsenIQ Withub

LA RICERCA PRESENTATA ALLA CAMERA

L'Università di Roma Tor Vergata ha presentato alla Camera dei Deputati gli effetti della dieta mediterranea biologica sulla salute nella

ricerca IMOD (Italian Mediterranean Organic Diet).

Lo studio è stato supportato dalla campagna di comunicazione "Il Bio dentro di Noi", promossa da FederBio, AssoBio e Consorzio Il Biologico

