

• SETTORE ALIMENTARE PROTAGONISTA DELLA 20ª EDIZIONE

# Il biologico italiano cresce, ma Sana segna il passo

Un italiano su cinque dichiara di comperare alimenti biologici nonostante la difficile situazione economica. In ripresa i consumi nella gdo e negli altri canali di vendita. Critiche alla manifestazione che interpreta a fatica le dinamiche del settore

di Nicola Castellani

**V**ent'anni non sono pochi e di solito questa è l'età nella quale ci si avvia alla maturità.

Anche Sana, il Salone internazionale del naturale, giunto quest'anno alla 20ª edizione e svoltosi a Bologna dall'11 al 14 settembre scorsi, sembra essere entrato in questa fase.

Dopo aver seguito fedelmente la nascita e lo sviluppo del biologico italiano, il Salone, lo scorso anno, ha cambiato pelle, assecondando così la trasformazione di un settore che dall'epoca pionieristica della fine degli anni 80, e dopo la crescita impetuosa dei primi anni duemila, si è ormai avviato alla fase della maturità.

Quella che si è appena conclusa è stata la seconda edizione di Sana organizzata direttamente da BolognaFiere. Nel 2007 le aree espositive del Salone (Alimentazione, Salute e Benessere e Abitare) sono state riviste secondo l'idea-guida del «buon vivere» e quest'anno l'Ente fiera ha cercato di consolidare la nuova proposta tentando di renderla più chiara.

## La durezza di Aiab

Contrastanti, come spesso accade, i giudizi espressi dagli espositori e, più in generale, dagli operatori, ma una critica su tutte assume particolare rilievo, sia per essere stata formulata da una delle componenti storiche del movimento del biologico italiano, l'Aiab, sia per la durezza del commento espresso del suo presidente **Andrea Ferrante**, che non ha usato mezzi termini.



La bontà dei prodotti biologici è una motivazione di scelta sempre più diffusa tra i consumatori

«Si è concluso – ha dichiarato Ferrante – il solito rito, sempre più stanco, del Sana, l'appuntamento annuale del biologico italiano che resta leader in Europa e nel mondo per varietà e qualità di prodotti. Una manifestazione che dovrebbe rappresentare tutto ciò si è ridotta invece a una fiera strapaesana del

wellness». E continua: «Il Sana e i suoi partner hanno fallito sul fronte del mercato, della politica e dell'informazione».

Segue una breve, ma articolata spiegazione delle ragioni di tale fallimento.

Ferrante conclude: «Il settore ha bisogno di altro. È necessaria una nuova fiera che prenda il meglio dell'originalità del sistema nazionale e di un'internazionalizzazione vera che ne faccia anche l'occasione per far sentire il peso del biologico italiano in Europa. Serve qualcosa di veramente nuovo, autorevole, che interpreti il mercato e sia utile a quelle 50.000 imprese che hanno scelto il biologico, e anche a quelle che oggi non hanno colto le potenzialità di questo mercato e dobbiamo invece assolutamente coinvolgere».

Una critica assai pesante, dunque. Forse eccessiva, sicuramente ingenerosa, perché la struttura fieristica bolognese può avere forti limiti nel leggere e interpretare le dinamiche del settore e del mercato, ma non può certo farsi carico e risolvere i tanti problemi che oggi il comparto del biologico ha.

Di tutt'altro avviso rispetto a Ferrante è **Paolo Carnemolla**, presidente di FederBio, organizzazione che rappresenta ben 33 sigle del mondo biologico.

«Spiace – ha detto Carnemolla – che Aiab, che ad agosto scorso ha reso pubblica la scelta di una fiera minore d'ambito locale come "partner fieristico ideale" con cui ha sottoscritto un impegno di collaborazione culturale e commerciale, declini ora questa scelta commerciale in un attacco a una delle migliori edizioni di Sana, manifestazione leader del settore». «Al di là del-

## SICUREZZA ALIMENTARE

### Zaia: «Tolleranza zero nella lotta alle frodi»

Il ministro delle politiche agricole alimentari e forestali Luca Zaia ha inaugurato la 20ª edizione di Sana ribadendo l'intenzione di avere «tolleranza zero contro chi attenta alla salute pubblica, contro chi danneggia i consumatori, contro delinquenti e truffatori».

È questo – informa un comunicato del Mipaaf – il messaggio che il ministro ha voluto lanciare e il mandato che ha conferito agli agenti del Corpo forestale dello Stato, all'Ispettorato centrale controllo qualità e ai Carabinieri delle politiche agricole, deputati alle attività di controllo.

«Quello della lotta alle frodi alimentari, alle agropiraterie e alle contraffazioni – ha detto Zaia – è una priorità da perseguire con convinzione e motivazione profonda, perché significa difendere il diritto alla salute delle nostre famiglie».

SECONDO LE ANALISI DELL'ISMEA

## Il mercato del biologico tira

Il mercato del biologico italiano è stimato tra i 2.650 e i 2.700 milioni di euro, con circa 1.650 milioni di vendite al dettaglio in negozi specializzati, supermercati, vendite dirette delle aziende agricole (particolarmente per olio, vino e ortofrutta), consegne a domicilio e gruppi d'acquisto.

La ristorazione scolastica vale tra i 200 e i 250 milioni di euro.

Per quanto riguarda la grande distribuzione (che, pur sensibile al biologico, offre comunque una gamma limitata di prodotti), nel 2007 gli acquisti di prodotti bio confezionati in Italia hanno fatto registrare un incremento del 10,2% rispetto al 2006, superando i 300 milioni di euro (dati Ismea/AcNielsen), mentre nel primo semestre 2008 l'aumento è del 6% rispetto allo stesso periodo del 2007.

Un dato significativo del 2007 è che l'agroalimentare convenzionale è cresciuto solo dell'1,2% in valore, mentre le quantità sono scese dello 0,7%. In sostanza l'apparente maggiore acquisto è dovuto solo all'aumento dei prezzi. Il biologico perciò con il suo 10,2% è cresciuto nella grande distribuzione ben 8,5 volte riferito al convenzionale.

Il canale dei punti vendita specializzati

in soli prodotti biologici (oltre un migliaio di negozi distribuiti in tutta Italia, anche se in prevalenza concentrati al Nord e al Centro) ha segnato performance anche superiori, facendo registrare una crescita media del 15%, pur se non mancano punte oltre il 30%.

Analogo andamento positivo per le vendite dirette degli agricoltori (sono circa 2.000 quelli che offrono direttamente al pubblico i loro prodotti in spacci aziendali e in banchi ai mercati) e per i gruppi d'acquisto.

Il settore produttivo si caratterizza per dati assolutamente originali, se confrontati con la situazione generale dell'agricoltura italiana: altissima la percentuale di donne imprenditrici (25%), di giovani (il 50% ha meno di 50 anni), di scolarizzazione elevata (il 50% dei produttori bio ha il diploma, il 17% la laurea) e la propensione alle nuove tecnologie (il 52% utilizza Internet).

Da rilevare, infine, la grande diffusione dei prodotti bio nella ristorazione collettiva: in circa 750 Comuni italiani, infatti, le mense scolastiche utilizzano alimenti biologici per un totale di oltre 1 milione di pasti al giorno. •

la sigla, che vede la denominazione "italiana", il radicamento nel settore di Aiab - prosegue Carnemolla - è purtroppo in continua contrazione, dato che ormai essa rappresenta circa il 5% delle aziende biologiche italiane. Si tratta di una quota certamente significativa, ma da non sopravvalutare». «Per il futuro di Sana deve contare di più, necessariamente, la soddisfazione espressa dalle imprese espositrici, dalle organizzazioni leader del settore e dai visitatori. In tal senso il nostro impegno per il rilancio della manifestazione a fianco di BolognaFiere proseguirà, confortati dai segnali positivi che hanno caratterizzato questa edizione del ventennale» ha concluso il presidente di FederBio.

### I consumi bio si allargano

Entrando più nello specifico dei contenuti dell'edizione 2008, l'alimentare è stato come sempre protagonista, quest'anno in modo particolare, dato che l'Osservatorio permanente sui consumi e i comportamenti degli italiani, diretto da **Giampaolo Fabris** e istituito con l'obiettivo di fornire indicazioni sui trend di evoluzione delle motivazioni al consumo, ha focalizzato la sua attenzione

proprio sull'alimentazione.

Avallando indirettamente i dati Ismea sul mercato bio (vedi riquadro sopra), anticipati su *L'Informatore Agrario* n. 32/2008, che indicano un aumento del 6% delle vendite nella grande distribuzione nei primi sei mesi del 2008 rispetto allo stesso periodo dello scorso anno e, più in generale, in tutti i canali di vendita, Fabris ha sottolineato che «il 22% degli italiani, un dato in continua crescita, dichiara di comperare alimenti biologici. L'incremento del biologico è sorprendente, perché ci troviamo in una difficile congiuntura economica che nell'ultimo anno ha portato gli italiani complessivamente a ridurre la spesa alimentare».

«Il consumo di prodotti bio - ha proseguito Fabris - si sta invece espandendo in termini interclassisti e intergenerazionali e questo mi fa ritenere che il settore possa essere a un punto di svolta. Gli italiani comprano più biologico non solo perché ritengono questi prodotti più salubri, ma anche, in maniera consistente, perché sono più buoni. Non solo: una motivazione di scelta sempre più diffusa tra i consumatori è che il prodotto bio non ha un rapporto predatorio con l'ambiente e la natura».

Anche il ministro delle politiche agricole, **Luca Zaia**, intervenuto all'inaugurazione del Salone, ha posto l'accento sull'importanza della sicurezza alimentare dei nostri prodotti (vedi riquadro a pag. 8) e ha ribadito il suo personale impegno nella lotta contro l'agropirateria e contro chi attenta alla salute pubblica.

Per quanto riguarda la produzione, secondo le più recenti elaborazioni del Sinab, il Sistema di informazione nazionale sull'agricoltura biologica, il bio italiano mantiene stabile il suo ruolo di leader in Europa per numero di operatori (50.276 nel 2007, -1,55% sul 2006) e per superficie coltivate (1.150.253 ha nel 2007, +0,18% sul 2006), conservando la quinta posizione nel mondo in termini assoluti di superficie dopo Australia, Cina, Argentina e Stati Uniti.

### Verso un nuovo modello di sviluppo

«Se vogliamo continuare a detenere il ruolo di leadership produttiva in Europa - ha affermato **Fabrizio Piva**, amministratore unico di Ccpb srl - dobbiamo assolutamente crescere, sia verso l'export, sia sul mercato interno, pena lo sviluppo dei nostri tradizionali competitor che minacceranno sempre più le nostre produzioni, come del resto sta già avvenendo».

«Accanto alla produzione - ha proseguito Piva - dobbiamo perciò sviluppare adeguati servizi di supporto: ricerca, sperimentazione, assistenza tecnica, promozione e cultura ambientale. Il biologico inoltre deve essere al centro delle politiche volte a diminuire il riscaldamento globale e a sviluppare le energie rinnovabili, in una logica di conservazione dell'ambiente che permetta una crescita sostenibile». Per il biologico italiano l'imperativo è dunque crescere, ma perché ciò sia possibile secondo **Giorgio De Rita**, amministratore delegato di Nomisma, è necessario che il settore identifichi con chiarezza un percorso nuovo, in grado di dare risposte innanzitutto alla necessità di una comunicazione forte e chiara rispetto a un messaggio indistinto e flebile come quello attuale, e anche all'esigenza di costruire rapporti più evoluti all'interno del mondo economico in generale, ad esempio col sistema bancario, per sfruttare a pieno le grandi potenzialità che concordemente gli vengono riconosciute e che sono in larga parte ancora inesprese. Serve insomma - come ha ben sintetizzato il presidente del Consorzio il Biologico, **Lino Nori** - una nuova fase di sviluppo, che tenga conto ed eviti gli errori del passato, realizzata seguendo un disegno non casuale e che prenda in considerazione quanto è accaduto e avviene a livello internazionale. •

Nicola Castellani