

Mercato del biologico

La Filiera

Relazione dott. G.Tecilla



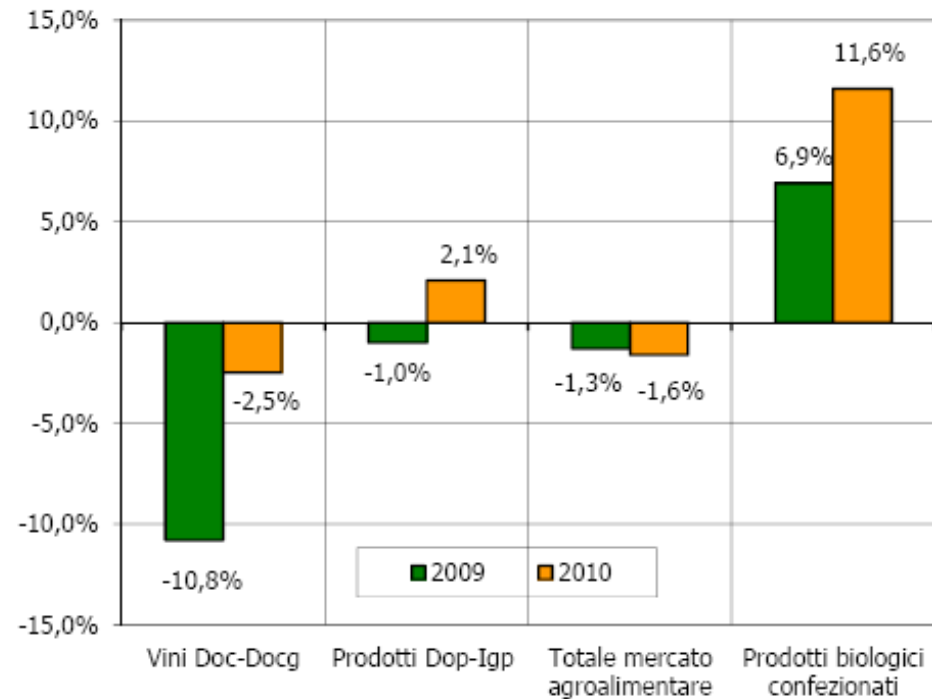
Il mercato BIO in Italia

Il BIO in Italia vale 3 miliardi di euro e continua a crescere: la spesa domestica di prodotti biologici è salita nel 2010 del 12,1% rispetto al 2009, rafforzando il trend positivo degli ultimi due anni (+6,9% nel 2009, +5,2% nel 2008).

Ci troviamo di fronte a un mercato che conta in Italia quasi 50.000 operatori e oltre 1 milione e 100 mila ettari coltivati a biologico.

Trend Mercato Italia

Dinamiche (in valore) degli acquisti domestici in alcuni comparti dell'agroalimentare



Fonte: Ismea, Panel famiglie

Il mercato BIO nel mondo

Il biologico nel mondo vale 55 miliardi di dollari, e cresce con ritmi dal 5 al 10% annui.

Oltre 37 mio ettari coltivati e 1,8 mio di produttori.

I numeri del BIO

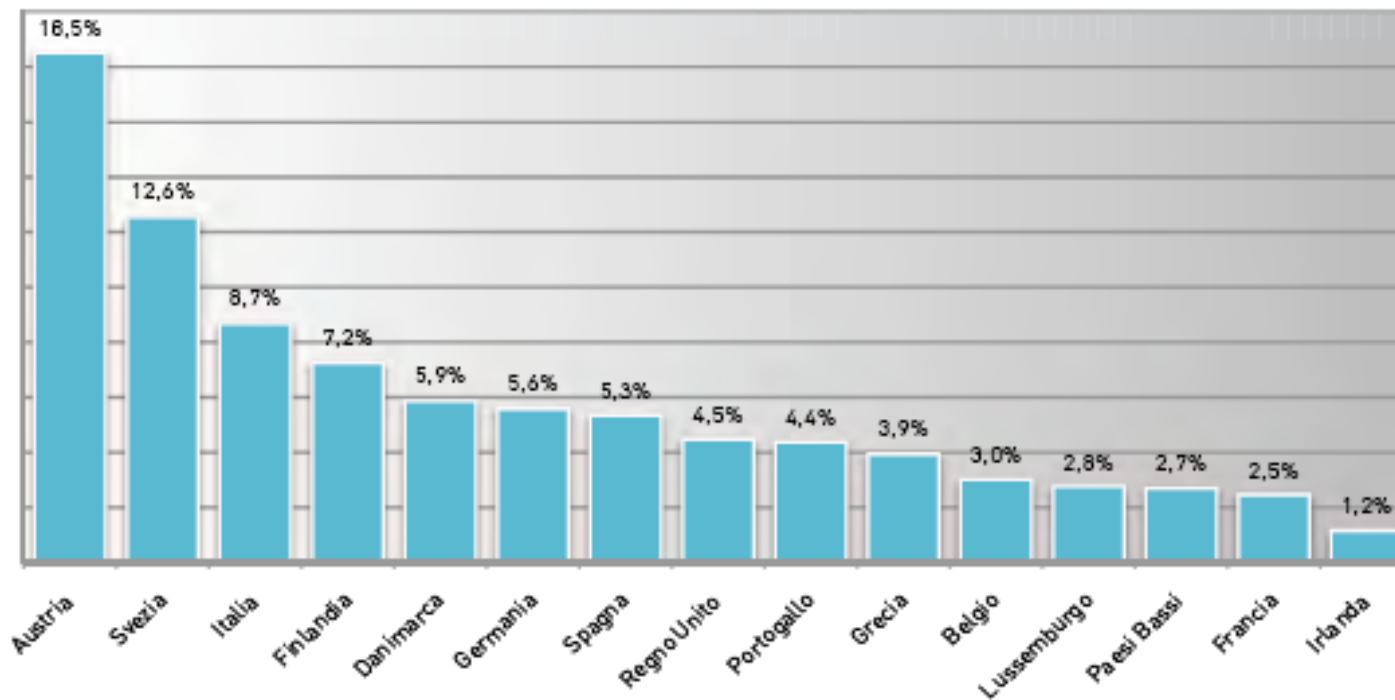
L'Italia è il Paese europeo col maggior numero di produttori di biologico, l'8° Paese al mondo per superficie coltivata con metodo biologico, è il 5° Paese produttore a livello mondiale e 4° in Europa, dopo Germania, Francia e Regno Unito.

I nostri prodotti alimentari biologici sono molto richiesti nei Paesi germanofoni e nel Nord America.

Da un punto di vista dei consumi, il biologico rappresenta circa il 3% del fatturato alimentare e solo il 2,3% della popolazione ne fa uso esclusivo, anche se negli ultimi 2 anni le vendite nei supermercati sono aumentati dell'11,5% (dati Ismea) e nei negozi specializzati del 15-20% (dati Federbio).

Da Federbio rapporto 2011

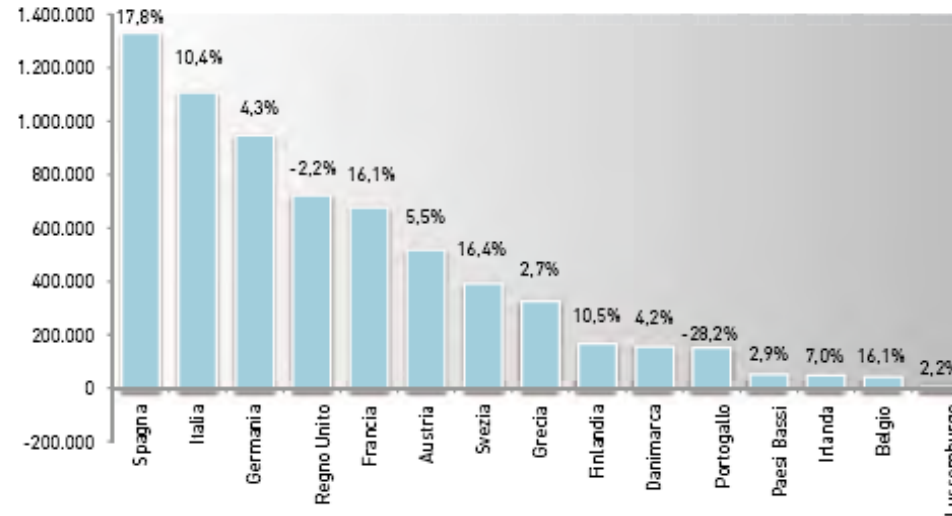
Graf.3 - Incidenza percentuale della SAU biologica sulla rispettiva SAU totale nell'UE-15 - 2009



Fonte: elaborazione su dati FIBL aggiornati al 10 giugno 2011.

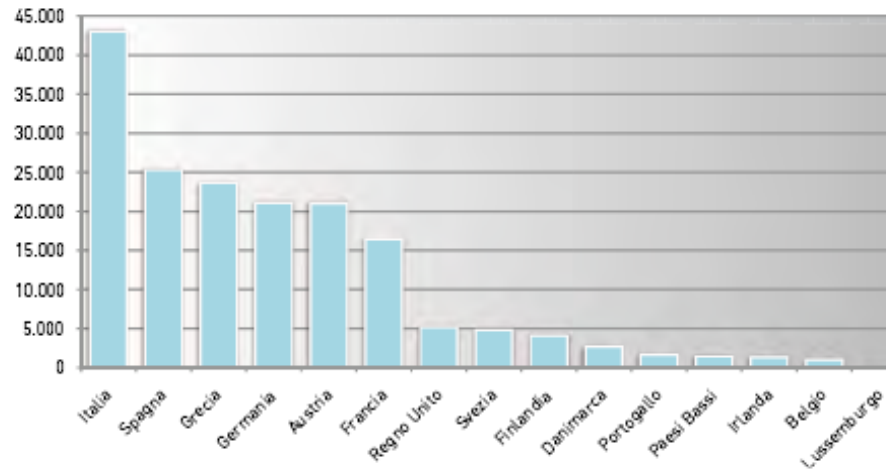
Da Federbio rapporto 2011

Graf.4 - SAU biologica per paese UE-15 nel 2009 e variazione percentuale rispetto all'anno precedente (ha)



Fonte: elaborazione su dati FIBL aggiornati al 10 giugno 2011.

Graf.5 - Numero di produttori per paese UE-15, 2009



Fonte: elaborazione su dati FIBL, aggiornati al 10 giugno 2011.



Indagini IPSOS e ISMEA

Un italiano su cinque risulta essersi avvicinato al mondo del biologico: infatti il 20% della popolazione italiana dichiara di aver acquistato negli ultimi 12 mesi almeno un prodotto bio.

- Il consumo di prodotti bio si conferma un fenomeno localizzato prevalentemente nel Nord Italia, che concentra da solo oltre il 70% degli acquisti in valore

Una significativa parte degli italiani non acquirenti dimostra una contenuta conoscenza dell'offerta biologica, dall'altro, chi la sceglie dimostra di averne una buona familiarità

Numero operatori in crescita

Rapporto Bio-Bank 2012

Questo l'andamento delle otto tipologie di operatori del biologico prese in esame dal Rapporto Bio Bank, per numero assoluto nel triennio 2009-2011:

- Gruppi d'acquisto solidale +44% · dai 598 del 2009 agli 861 del 2011
- Mense scolastiche +33% · da 837 a 1.116
- E-commerce +27% · da 132 a 167
- Ristoranti +17% · da 228 a 267
- Aziende con vendita diretta +16% · da 2.176 a 2.535
- Agriturismi +10% · da 1.222 a 1.349
- Negozi +7% · da 1.132 a 1.212
- Mercatini -5% · da 225 a 213.

LA DISTRIBUZIONE BIO

Tendenze in alcuni canali distributivi* per i prodotti bio confezionati nel 2010 (% calcolate sui dati in valore)

	<i>var.% 'gen-feb '11/ gen-feb '10</i>
Totale Italia	13,0
di cui:	
Ipermercati	12,5
Supermercati	19,0
Negozi Tradizionali	-40,9
Liberi servizi	-3,6
Hard Discount	9,5
Altri Canali	7,0

* non sono monitorati gli acquisti nei negozi specializzati

Fonte: Ismea

Tendenze e peso % delle varie aree geografiche per i prodotti bio confezionati nel primo bimestre 2011 (% calcolate sui dati in valore)

	<i>var.% gen-feb '11/ gen- feb '10</i>	<i>peso % su totale Italia*</i>
Totale Italia	13,0	100,0
di cui:		
Nord Ovest	9,1	40,9
Nord Est	23,2	31,5
Centro+Sardegna	14,8	20,2
Sud+Sicilia	-5,8	7,5

* Nel primo bimestre 2011

Fonte: Ismea

ORGANIC PRIVATE LABELS 2010

MARCHE PRIVATE BIO 2010

Supermarket chains in Italy • Catene di supermercati in Italia

AUCHAN



CARREFOUR



CONAD



COOP



CRAI



DESPAR



ESSELUNGA



GRUPPO STANDA-BILLA



SELEX

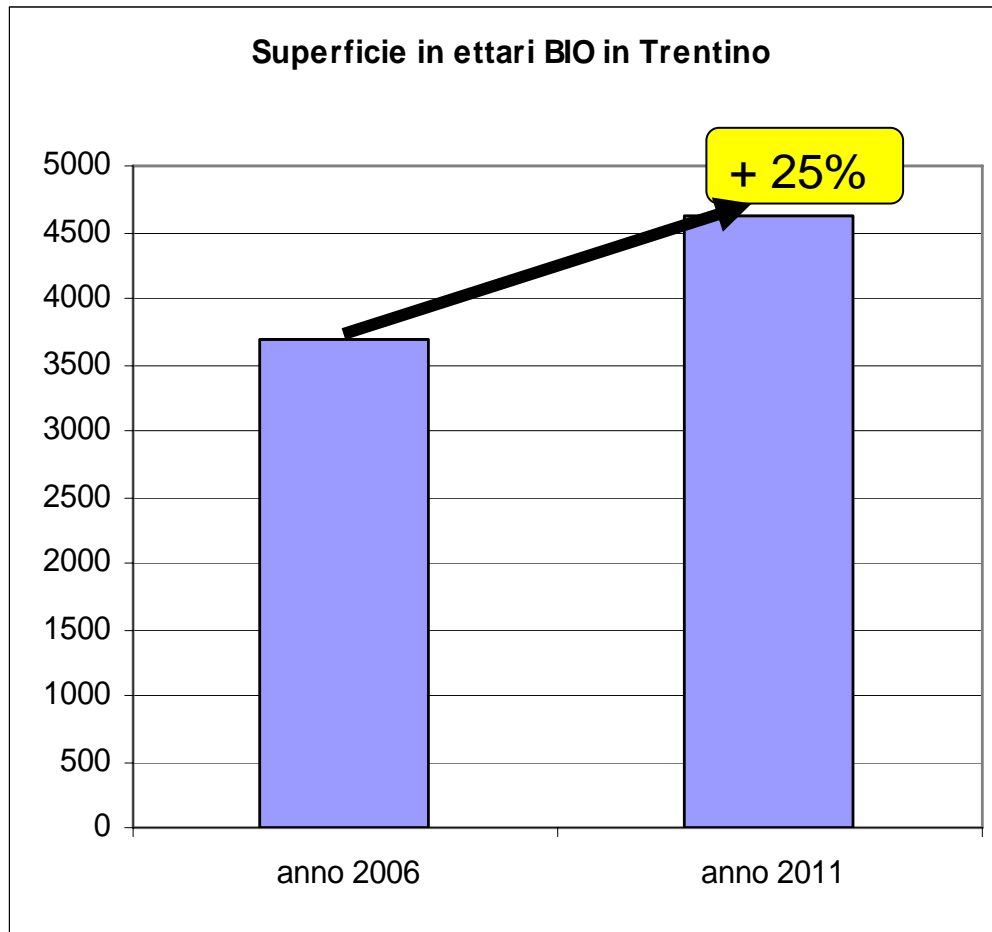


Organic Supermarket • Supermercati Bio

NATURASI



I numeri in Trentino

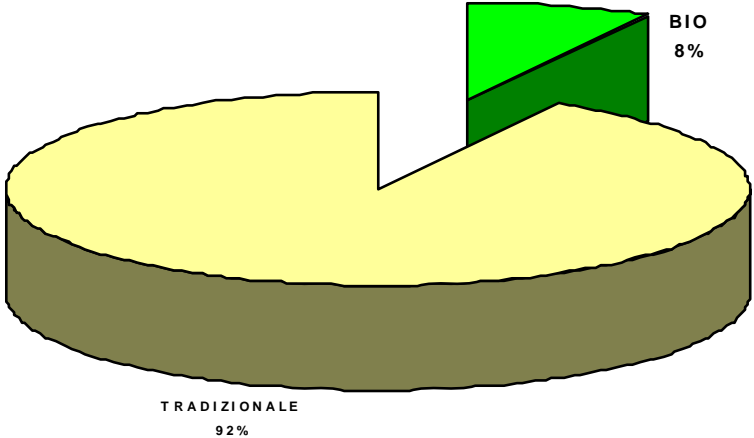


N.OPERATORI

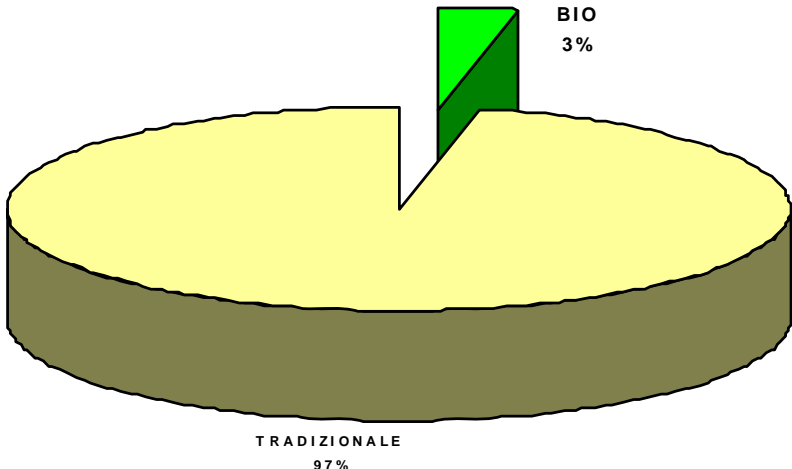
2006 : 320

2011 : 516

ITALIA % superfici BIO



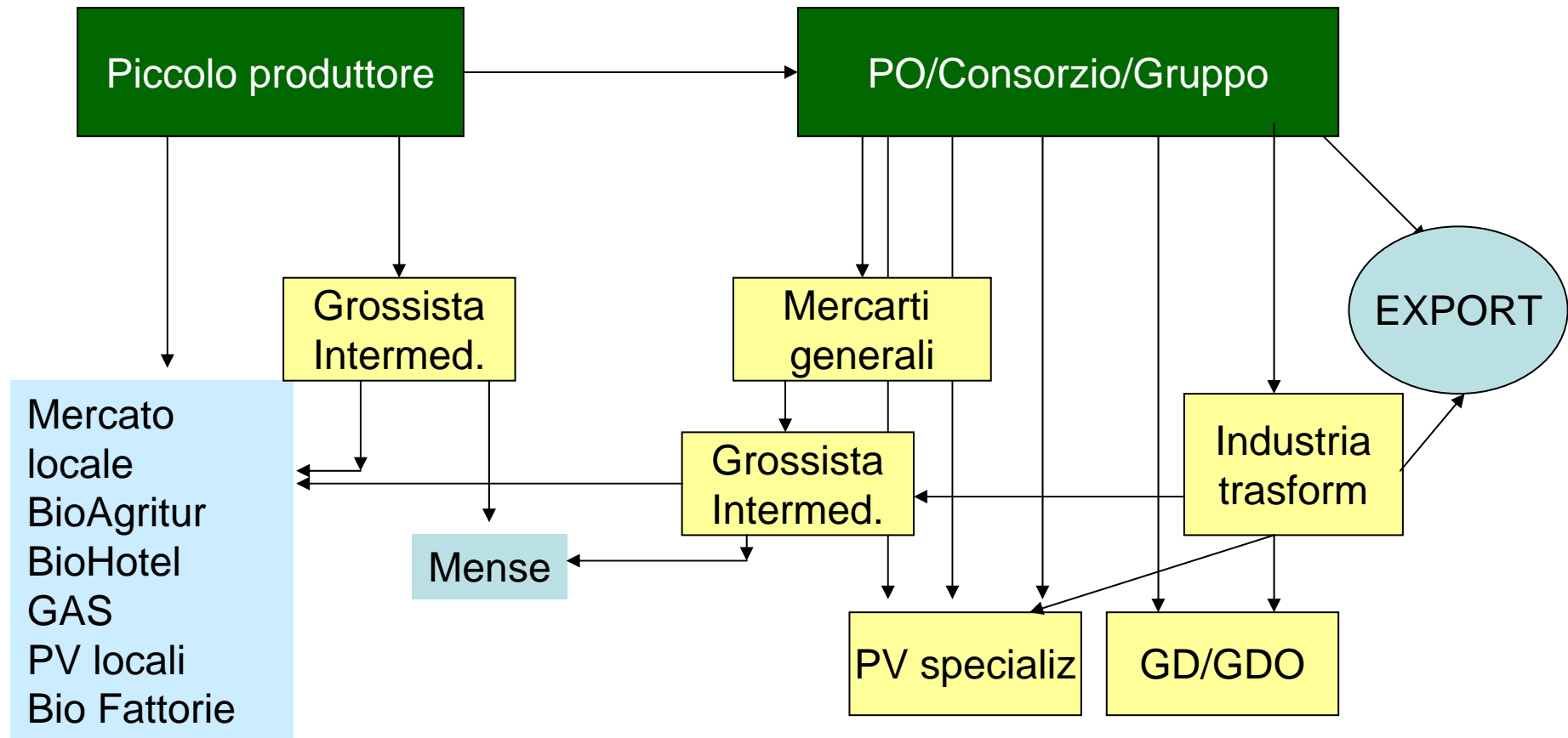
TRENTINO % superfici BIO



il bio costerà sempre di più del
convenzionale -perché costa di più
produrlo.

Il ragionamento da fare è un altro, e vale a
dire: oggi possiamo consumare di meno
(acquistando in salute) ma di qualità. Se si
riflette su questo il bio diventa
assolutamente competitivo.

Schema della filiera biologico



LEGGE 13

60% PRODOTTI BIO NELLE MENSE
SCOLASTICHE

PRODOTTI DI PROSSIMITA'

PRODOTTI DI QUALITA' CERTIFICATA

FILIERA CORTA

I PRODUTTORI BIO IN TRENTINO

Consorzi che commercializzano direttamente
(Melinda, La Trentina, Latte Trento, Val di Gresta e,
produttori del vino)

Consorzi che non commercializzano (ATA BIO)

Medi/Piccoli Produttori che commercializzano
direttamente

BIO : OPPORTUNITA' PER IL TRENTINO

- Queste specifiche peculiarità, i trend crescenti, lo spazio di ulteriore crescita per il Trentino pongono il settore biologico al centro dell'attenzione del mondo produttivo agricolo, della distribuzione e non ultimo di un settore importante per l'economia della provincia : il turismo.
- Le produzioni biologiche ben si integrano in un mondo del turismo caratterizzato da un numero sempre maggiore di turisti sempre più alla ricerca di natura vera, di ambienti sani ed incontamati e più in generale di salutismo-benessere.
- E' auspicabile che in Trentino, parallelamente alle politiche di sostegno per lo sviluppo di aziende produttive specializzate nel biologico e alla creazione di nuovi posti di lavoro per i giovani in questo settore, si creino adeguati strumenti per la nascita di strutture turistiche bio (si pensi ad esempio a : BioHotel, BioAgritur, Fattorie didattiche Bio ecc..) e di specifici prodotti turisti bio rivolti ad una clientela internazionale (in primis la Germania) dove il bio è già un mercato importante.

POSSIBILI AZIONI DI SUPPORTO AI PRODUTTORI BIO TARENTINI

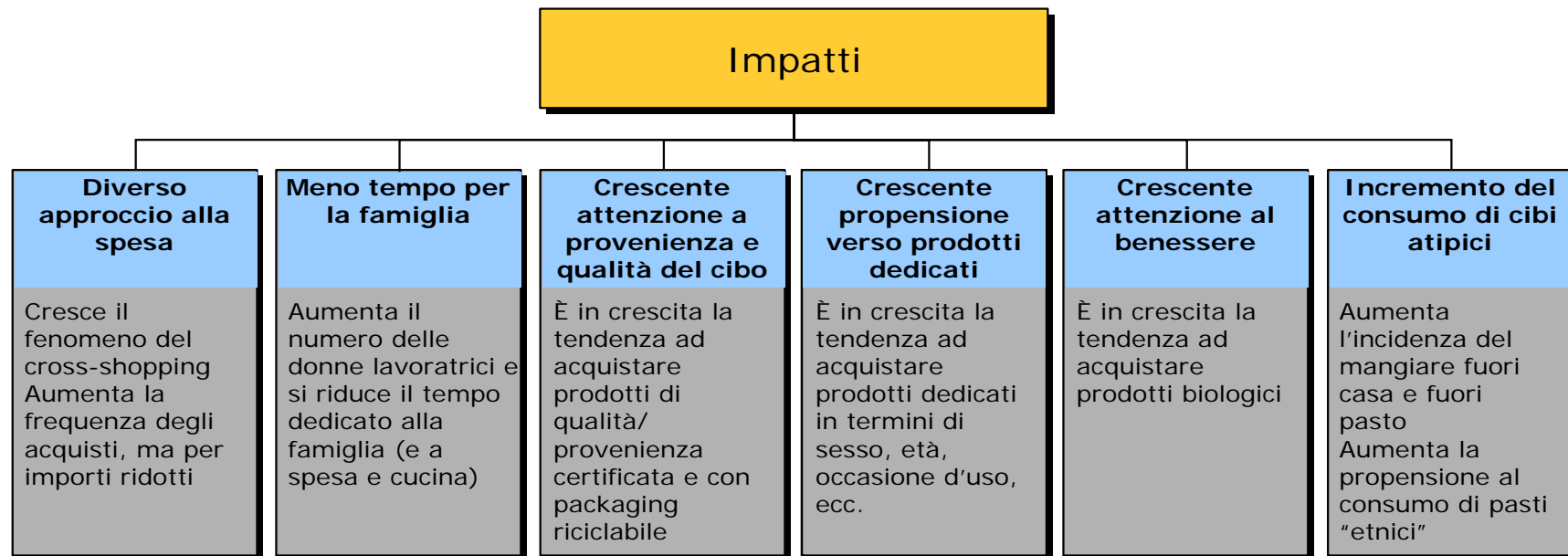
- Rafforzare lo strumento della formazione con i produttori per sensibilizzarli sulle opportunità di questo mercato e fornire supporti tecnici
- Sostenere i piccoli produttori favorendo le aggregazioni.
- Sostenere i giovani e le donne che vogliono intraprendere l'attività attraverso corsi specifici di formazione, supporto tecnico gratuito (ad es. mettendo a disposizione del sistema alcuni tecnici specializzati in BIO) e contributi per inizio attività. Si potrebbe creare specifici progetti, in collaborazione con i Consorzi agricoli.
- Favorire iniziative di BIO Agritur e di BIO Hotel
- Perseguire e incrementare il consumo di bio nelle mense scolastiche
- Comunicare i prodotti bio Trentini → natura, salute, benessere

IMPEGNO ETICO DELLA FILIERA

- Ottimizzazione dispendio energetico: utilizzo di macchine agricole a basso impatto ambientale
- Produzione/utilizzo di energia alternativa
- Smaltimento rifiuti eco-compatibile
- Ottimizzazione delle risorse idriche
- Ripristino di cultivar antiche e/o autoctone
- Conservazione fertilità del suolo
- Benessere e sviluppo delle risorse umane

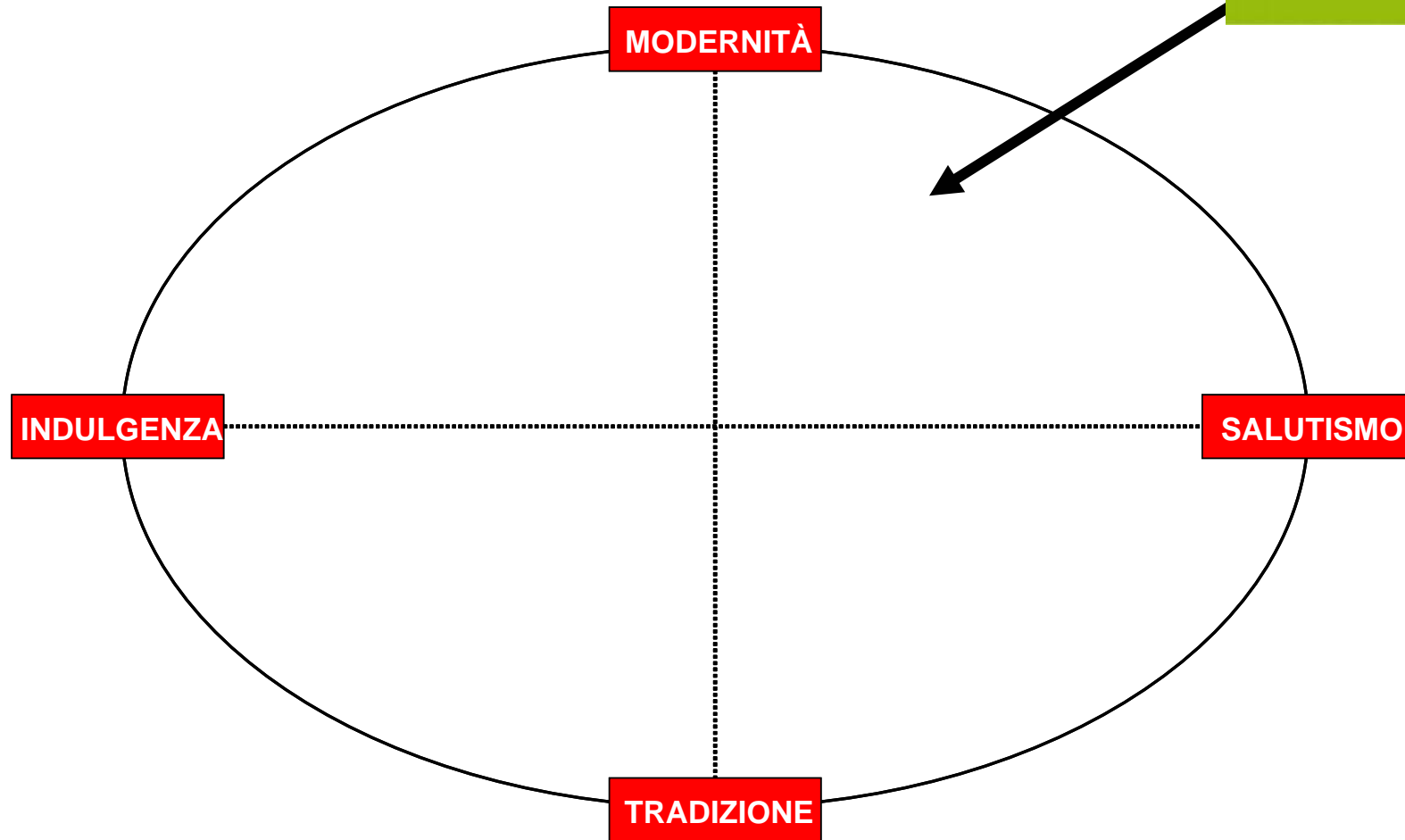
Grazie per l'attenzione !





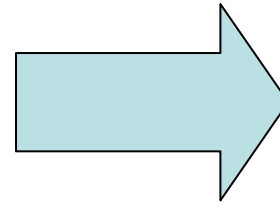
Consumatori con maggiori aspettative in termini di qualità e varietà, ma con meno tempo a disposizione

MAPPING STILI ALIMENTARI



I PRODOTTI SALUTISTICI

- TREND IN CRESCITA
- FORTE CONNOTATO SALUTISTICO PER IL CONSUMATORE
- LEGGEREZZA DAL PUNTO DI VISTA NUTRIZIONALE
- GARANZIA DI MAGGIORE QUALITA'



BIO motivazioni marketing

Preconcetto di sicurezza associabile all'assenza della chimica nel processo produttivo. “ emozione della paura “

Prodotti più sicuri (controlli) col minor impatto ambientale.
“ mente emotiva ”

Si tratta di emozioni molto forti capaci di orientare il processo di acquisto di un segmento molto rilevante di clientela.

Prodotti locali (local sourcing) con riduzione di CO₂ eccita la nostra empatia e soddisfa la nostra preoccupazione di conservare l'ambiente per le generazioni future

Vino BIO

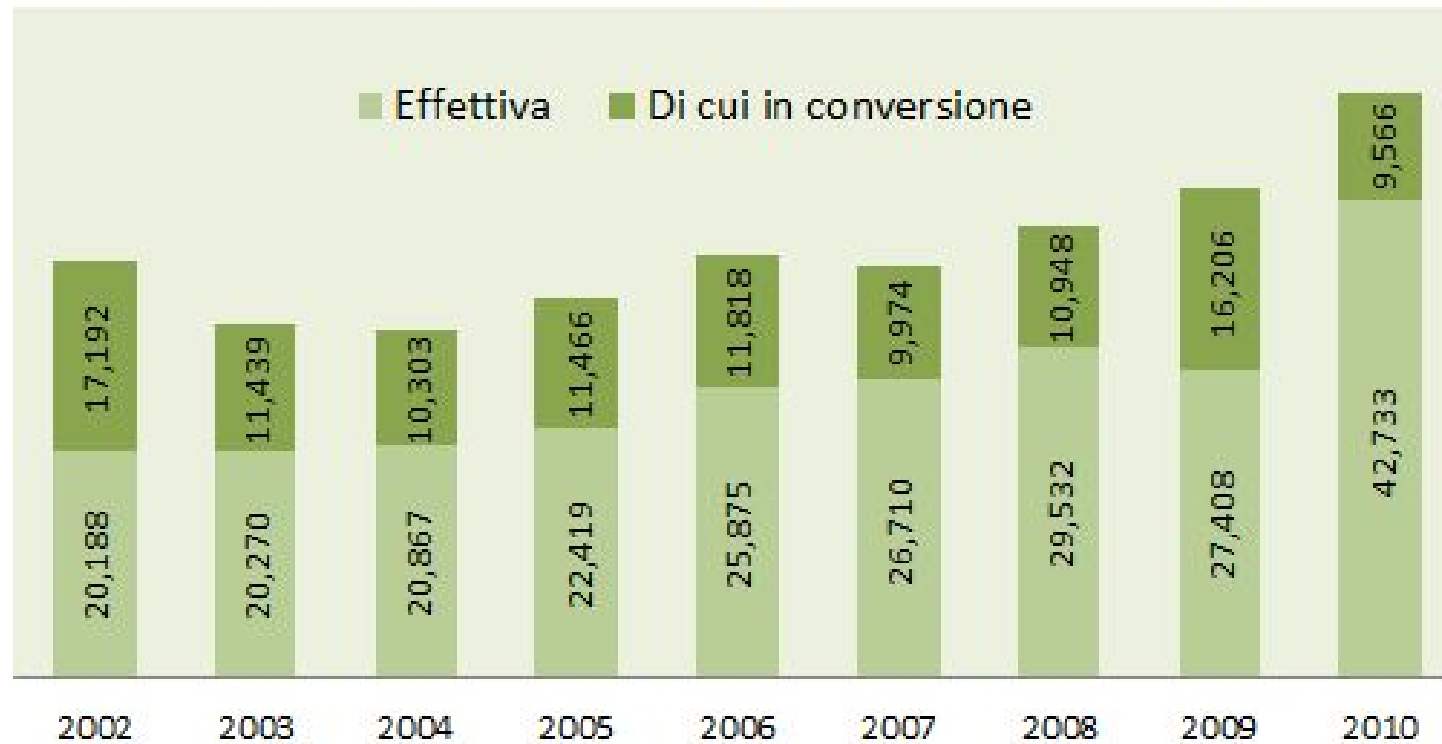
maggiore interesse per un'agricoltura vitivinicola a basso impatto ambientale

- Il vino biologico è prodotto da uve coltivate secondo criteri biologici senza l'aiuto o la necessità di fertilizzanti, trattamenti o erbicidi di sintesi. Altro elemento essenziale che caratterizza i vini biologici sono le tecniche di vinificazione che limitano quanto più possibile l'uso di additivi chimici.
- In Italia attualmente sono coltivati circa 43mila ettari di vigneto biologico, con una crescita nell'ultimo biennio del 14 per cento. Uno sviluppo trainato dal trend positivo di tutto il mercato biologico.
- la grande crescita che negli ultimi 10 anni ha portato i vigneti gestiti con il metodo biologico ad essere il 5% delle superfici italiane coltivate a vite, con una dimensione quindi superiore alla media generale delle coltivazioni biologiche, dimostra interessi ancora più rilevanti.

Vino BIO

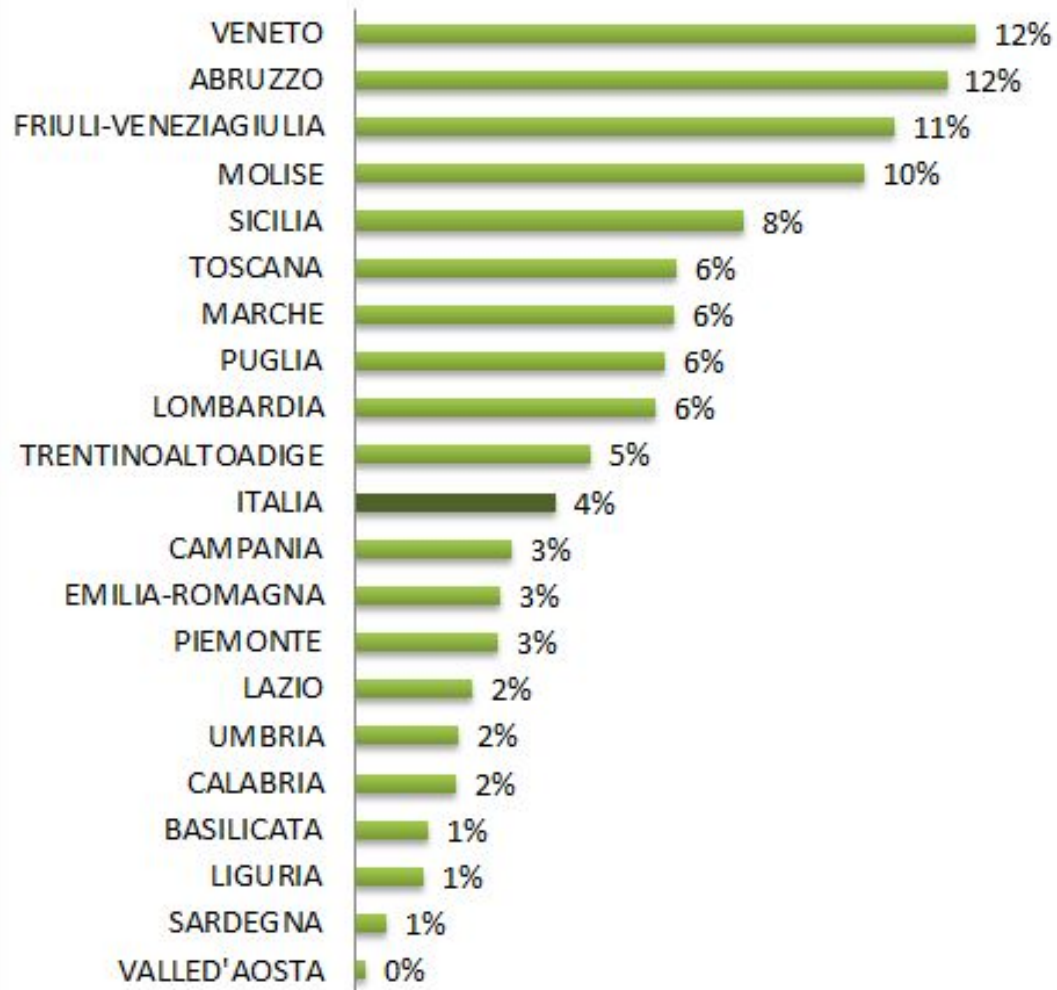
Se fino a qualche anno fa il biologico era considerato una tendenza un po' eccentrica riservata a pochi iniziati e il suo mercato era piuttosto marginale, oggi il vino biologico ha conosciuto una crescita importante sia dal punto di vista dell'offerta che da quello della domanda. La tendenza più importante, però, è che tanto i consumatori quanto gli addetti ai lavori hanno compreso che il biologico non è solamente sinonimo di sano e sostenibile, ma un modo per valorizzare i prodotti dal punto di vista della qualità e del sapore. Il vino biologico, quindi, più di quello convenzionale, è in grado di esprimere non solo uno stile di vita più sano, ma anche un modo più autentico di veicolare la relazione tra vitigno e territorio, esprimendo meglio la sua storia, il clima e il suolo che l'hanno prodotto.

Vite - superficie biologica in Italia (ettari)



Superficie biologica - vite - fonte: SINAB					
(ha)	2006	2007	2008	2009	2010
Totale	37,693	36,684	40,480	43,614	52,373
Di cui in conversione	11,818	9,974	10,948	16,206	9,566
Effettiva	25,875	26,710	29,532	27,408	42,733
ABRUZZO				3,262	3,694
BASILICATA				1,421	727
CALABRIA				1,666	2,003
CAMPANIA				739	708
EMILIA-ROMAGNA				2,349	2,192
FRIULI-VENEZIAGIULIA				377	376
LAZIO				1,846	1,936
LIGURIA				40	46
LOMBARDIA				981	936
MARCHE				3,393	3,287
MOLISE				253	327
PIEMONTE				850	900
PUGLIA				7,477	8,365
SARDEGNA				906	746
SICILIA				10,337	17,110
TOSCANA				5,335	5,999
TRENTINOALTOADIGE				336	452
UMBRIA				503	631
VALLED'AOSTA				4	4
VENETO				1,539	1,834

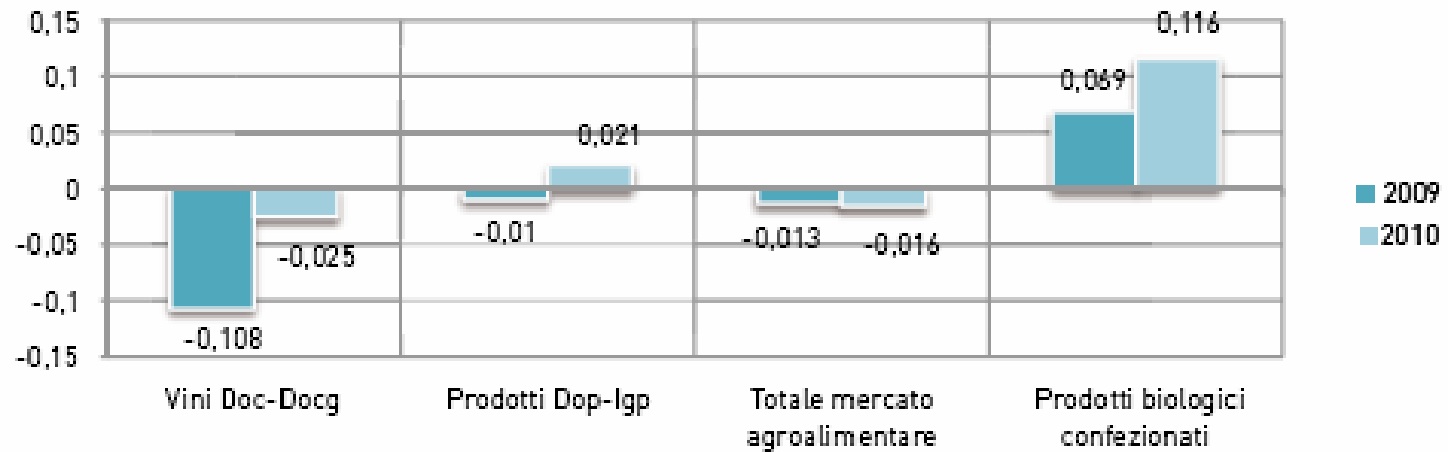
Viticultura biologica su totale agricoltura biologica (2010)



Superficie biologica su sup. totale / inumeridelvino.it su dati SINAB E ISTAT

(ha)	Biologica	Totale	% Biologica
Italia	52,373	632,125	8%
ABRUZZO	3,694	30,583	12%
BASILICATA	727	5,508	13%
CALABRIA	2,003	9,076	22%
CAMPANIA	708	21,002	3%
EMILIA-ROMAGNA	2,192	55,815	4%
FRIULI-VENEZIAGIULIA	376	19,669	2%
LAZIO	1,936	16,082	12%
LIGURIA	46	1,312	4%
LOMBARDIA	936	22,293	4%
MARCHE	3,287	15,475	21%
MOLISE	327	4,173	8%
PIEMONTE	900	46,710	2%
PUGLIA	8,365	96,750	9%
SARDEGNA	746	18,866	4%
SICILIA	17,110	110,699	15%
TOSCANA	5,999	56,588	11%
TRENTINOALTOADIGE	452	15,323	3%
UMBRIA	631	12,059	5%
VALLED'AOSTA	4	432	1%
VENETO	1,834	73,709	2%

Vino BIO in sviluppo



Fonte: ISMEA, Panel Famiglie.

L'evoluzione della distribuzione

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Aziende bio con vendita diretta	1.199	1.324	1.645	1.943	2.176	2.421
Mercatini bio	185	193	204	208	225	222
Gruppi di acquisto solidale	222	288	356	479	598	742
Mense scolastiche ¹	647	658	683	791	837	872
Agriturismi	804	839	1.002	1.178	1.222	1.302
Ristoranti	171	177	174	199	228	246

¹ Il numero si riferisce ai comuni in cui sono presenti mense scolastiche bio.
Fonte: BioBank.

Mercato BIO 2011

I rilevamenti ISMEA 2011 confermano il trend: la spesa domestica per prodotti biologici confezionati (+13%), mentre per l'ortofrutta fresca e sfusa l'aumento è dell'**11,6%**.

- Il segmento **lattiero caseario** nel complesso registra un bel +21%, le cui voci di spesa principali sono il latte fresco, lo yogurth, il latte Uht, il burro e le mozzarelle (mozzarelle che registrano un +120%)”.
- **Carni e uova:** “alla stabilità dei prezzi, risponde un forte incremento nella spesa alimentare degli italiani, anche se i dati definitivi non sono ancora a disposizione. Il trend, però, è chiarissimo”.

Le fattorie Bio Sociali inserimento giovani e donne

Regione	N. fattorie 2007	N. fattorie 2010
Piemonte	6	11
Valle d'Aosta	1	1
Lombardia	14	21
Trentino-Alto Adige	4	4
Veneto	7	19
Friuli-Venezia Giulia	2	5
Liguria	0	1
Emilia-Romagna	16	23
Toscana	16	25
Umbria	6	8
Marche	2	13
Lazio	16	29
Abruzzo	0	2
Molise	1	2
Campania	0	4
Puglia	3	8
Basilicata	0	1
Calabria	3	10
Sicilia	9	25
Sardegna	1	9
Totale	107	221

Prodotti	Consumatori disposti a rinunciare in parte alla qualità per risparmiare	Consumatori non disposti a rinunciare alla qualità per risparmiare	Totale
Formaggi freschi e latticini	10,80%	89,20%	100%
Latte	17,40%	82,60%	100%
Mozzarella	19,30%	80,70%	100%
Yogurt	29,60%	70,40%	100%
Valore medio per i principali prodotti del largo consumo	35,60%	64,40%	100%

Fonte : Osservatorio Bocconi

I numeri in Trentino



Fonte: ufficio per le produzioni biologiche - PAT

TABELLA 3
OPERATORI BIOLOGICI IN PROVINCIA DI TRENTO
AL 31/12/2009

Aziende biologiche	133
Aziende con superfici in conversione	170
Aziende miste (superficie bio e convenzionale)	29
Trasformatori	64
Importatori	1
Totale	397

Fonte: ufficio per le produzioni biologiche - PAT