

Le Guide

Stili di vita

L'Italia si fa bio Crescono i consumi secondo natura

La conferma dai dati Ismea: +15,8% di campi, +4,4% di spesa agro-alimentare bio rispetto al 2019, +5,7% di vendite nei supermarket e aumentano le scelte ecologiche non-food. Ecco il consumatore 3.0

La propensione agli acquisti "sani" sale tra i più giovani e con un tasso di istruzione mediamente alto

di Giuliano Aluffi

In Italia il bio è più vivo che mai. I dati dell'appena rilasciato report "Bio in cifre 2020" - redatto da Ismea per il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali - parlano chiaro: la superficie biologica, che comprende sia i terreni per l'agricoltura bio che i pascoli, è ormai di quasi 2 milioni di ettari (1.993.236, 35.000 ettari in più rispetto al 2018 e oltre 879.000 ettari in più (+79% rispetto al 2010). I campi "bio" ormai contano per il 15,8% della superficie agricola utilizzata, dato che supera la media europea (8%) e le quote degli altri principali Paesi produttori: Spagna (10,1%), Germania (9,07%) e Francia (8,06%). Gli orientamenti produttivi prevalenti sono: prati per il pascolo (551.074 ettari), colture foraggere (396.748 ettari), cereali (330.284 ettari), uliveti (242.708 ettari) e vigneti (109.423 ettari). Gli operatori biologici in Italia

hanno superato quest'anno le 80.000 unità: le regioni con il maggior numero di operatori sono la Sicilia (10.596 unità), la Calabria (10.576) e la Puglia (9.380), ma si riscontrano incrementi rilevanti nelle Marche (+32% di operatori), nel Veneto (+13%) e nel Lazio (+8%). I consumi di prodotti dell'agroalimentare biologico sono cresciuti, nell'ultimo anno, del 4,4%, superando i 3,3 miliardi di euro (dato Mipaaf aggiornato al primo semestre 2020). Con un'incidenza complessiva del biologico sulla spesa per l'agroalimentare italiano pari al 4%.

Nel 2020 il 90% dei consumatori italiani ha acquistato più di tre volte un prodotto dell'agroalimentare biologico (+1,4% rispetto al 2019). Frutta, ortaggi, latte e derivati biologici sfusi sono sempre più presenti in specifiche aree dei supermercati, e invertono, con un incremento di vendite del +3%, il trend negativo dell'anno scorso. Le vendite di biologico salgono nella grande distribuzione (+5,7%), nei discount (+10,7%) e nei negozi tradizionali (+3,2%). Uno studio Ismea condotto nel primo trimestre 2020 mostra che su 3.792 soggetti, il 25% ha acquistato, almeno una volta, un prodotto agroalimentare su Internet, e tra questi sono più della metà quelli che hanno preferito un prodotto bio. Più difficile valutare l'evoluzione del biologico nel settore non-food. «Questo perché mentre per l'alimentare c'è una

formativa europea di riferimento, per il non-food i dati sono più destrutturati: esistono diverse certificazioni, ma sono volontarie» spiega Silvia Zucconi, responsabile marketing intelligence & consumer insight di Nomisma. «Però è possibile ricostruire l'andamento del mercato per alcune categorie, ad esempio per i prodotti "cura persona", ovvero quelli che riguardano cosmesi e igiene, vediamo un più 10% rispetto al 2019». Dalle analisi Nomisma emergono numeri di tutto rilievo: «Nel 2019 i consumi del biologico in Italia hanno superato i 4 miliardi di euro e nel 2020 si registra un'ulteriore incremento» spiega Silvia Zucconi. «La dimensione dell'export bio italiano si assesta intorno ai 2,5 miliardi di euro: gli ultimi dati, relativi al 2019, mostrano un aumento dell'8% rispetto al 2018, il doppio rispetto alla crescita dell'agroalimentare. Ed è una crescita del 150% rispetto a dieci anni fa».

Chi è il consumatore italiano di prodotti bio? «Tra le caratteristiche



che aumentano la propensione agli acquisti bio c'è l'età (il consumatore è tendenzialmente più giovane della media) e il tasso di istruzione, mediamente alto. - spiega Zucconi - Il consumo bio si intensifica quando in famiglia ci sono figli di età inferiore a 12 anni: sintomo che del biologico si apprezza l'attenzione alle garanzie di sicurezza per la salute».

Ma anche la sensibilità ecologica gioca un ruolo. «Un elemento che sta acquisendo sempre più importanza negli acquisti bio è la confezione: i consumatori vogliono un pac-

kaging ecosostenibile. - aggiunge Zucconi - I tre fattori che riscuotono il maggior interesse sono: la confezione compostabile, le indicazioni di impatto sulla CO2 in etichetta e la riduzione nell'uso di plastica. Il 44% delle insegne della grande distribuzione si concentrerà nei prossimi mesi sul packaging green». Come evolverà il mercato del bio in Italia? «La grande distribuzione ha già largamente sorpassato i negozi specializzati - sono già diverse migliaia i prodotti delle marche private bio nei supermercati - portando a con-

tromosse come la concentrazione dei negozi specializzati e la valorizzazione degli aspetti regionali e territoriali del biologico» spiega Rosa Bertino, curatrice di Bio Bank, banca dati del biologico italiano. «Il prodotto bio della grande distribuzione è di ottima qualità ma più standard, il negozio specializzato invece può - e dovrà sempre di più - legarsi a doppio filo alla ricchezza dei territori, puntare su prodotti con un loro *terroir* caratteristico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'evento

Le migliori proposte del biologico per i settori Food, Care&Beauty e Green Lifestyle saranno da domani all'11 ottobre a Bologna per Sana Restart: evento di riferimento per il biologico e il naturale organizzato da BolognaFiere con

FederBio e Assobio. La manifestazione, la prima del settore in presenza dopo il lockdown, apre domani con la seconda edizione di Rivoluzione Bio, gli Stati Generali del Biologico, alla presenza del ministro delle Politiche Agricole alimentari e Forestali, Teresa Bellanova. Orario: 10-18. La biglietteria è attiva solo online. www.sana.it



▲ Il posto delle fragole

Una vaschetta di fragole da coltivazione bio a Castelfranco Emilia (Modena): cresce in Italia

la superficie destinata agli agrumi bio e aumentano le colture

di frutta da zona subtropicale, in particolare kiwi (+652 ettari) e fichi (+102 ettari)

Le Guide

Da domani il Sana Restart a Bologna

Uova, olio e gluten free la cucina è tutta green

Trionfa il cibo home made. Parola d'ordine:
"Prodotti coltivati nel rispetto dell'ambiente"

di Francesca Alliata Bronner

Dall'arrosto solo la domenica, rito degli anni Cinquanta, alla pasta con la panna, moda degli Ottanta, fino alla spesa a chilometro zero e ai cibi crudi, esigenza etica oltre che dietetica dei nostri giorni. Come è cambiato il modo di mangiare degli italiani negli ultimi sessanta anni? «La situazione globale ci impone sempre di più di diventare consumatori consapevoli e attenti nelle scelte quotidiane, di imparare a privilegiare la qualità e i prodotti coltivati e lavorati nel rispetto dell'ambiente», spiega Gianpiero Calzolari, presidente di BolognaFiere che ospita da domani Sana Restart. La spesa è sempre più orientata verso prodotti made in Italy, biologici, certificati e se possibile a domicilio. Senza rinunce. In controtendenza a quanto si registra negli altri Paesi europei, infatti, le più recenti analisi di mercato, rivelano che la grande maggioranza degli italiani, pari a circa il 70%, esclude di ridurre la propria spesa per mettere nel carrello meno prodotti, o prodotti di qualità inferiore. Una certezza che il 20% degli intervistati ribadisce affermando che "mangiare bene, possibilmente in casa e in maniera salutare" costituirà il "primo ingrediente irrinunciabile per la ricetta della felicità nel 2021". (Fonte: Rapporto Coop 2020). Alla luce di questo provato ottimismo s'inaugura l'evento bolognese: «Con Sana Restart riparte l'attività di BolognaFiere post

pandemia», aggiunge Calzolari, «appuntamento sempre più importante dedicato al mondo del biologico e del naturale, il principale in Italia e fra i maggiori in Europa, che organizziamo da oltre trent'anni e che assume, nel 2020, un valore maggiore: il primo del settore che si svolge "in presenza"». Durante il lockdown gli italiani hanno vissuto un ritorno alla cucina home made, tendenza destinata a trasformarsi in abitudine consolidata: circa un italiano su tre dichiara che nel 2021 dedicherà ancora più tempo alla cucina casalinga, con l'intento di sperimentare cose nuove ma anche per essere sicuro di mangiare cibi sani. (Rapporto Coop 2020). I mesi di emergenza Covid hanno accelerato alcune dinamiche già in corso, come il successo dei negozi di prossimità e dei prodotti green, e dall'altra hanno sconvolto i consumi: in vetta alle classifiche è tornata la vendita di uova e farine (con predilezione per quelle bio) dovuta alla passione nazionale di impastare pane, paste e dolci in casa. Ma anche di cibi surgelati, carne e pollami "pronti", frutta e verdura confezionate. A scapito di frollini, gallette e pasta che la gente ha, appunto, imparato a preparare da se. (Fonte: Assobio-Nielsen). «Questi nuovi trend trovano risposte in prodotti che uniscono l'eccellenza e la cultura del cibo che ci caratterizza, accanto all'attenzione per gli aspetti

più salutistici», racconta Calzolari, «da domani a Bologna il pubblico trova approfondimenti su questi temi riferiti al food bio, ai prodotti free from e rich-in e alle proposte delle imprese presenti».

Fra le novità di Sana Restart, infatti, lo spazio Free From Hub, dedicato al business dei prodotti free from, anch'esso in crescita: nel 2019 il paniere degli alimenti senza glutine (in testa alle classifiche) e senza lattosio ha generato 3,7 miliardi di euro di vendite (una crescita del 2,6% rispetto al 2018). (Osservatorio Immagino). Su questo tema in agenda al Padiglione 33 (Free From Hub) l'appuntamento con Paola di Giambattista, Healthy Food Specialist, sulle tematiche legate ai superfood, alimentazione sana e prevenzione a tavola (domani 9 ottobre, ore 12); i due show cooking tenuti dai Veggie Situation della Funny Vegan Academy (10 ottobre, ore 13) dal titolo Wellness Mixology e Pasticceria vegan e gluten free per colazioni d'autore (11 ottobre, ore 13). Infine, la premiazione della settima edizione del World Gluten Free Beer Award per le migliori birre senza glutine. (www.freefromhub.eu). In un'epoca di cibo cangiante in cui il crudo vince sul cotto, l'olio sul lardo e il kiwi compete con la mela una cosa resta immutabile: la spesa continua a essere donna, sono le signore, oltre il 61 per cento, a decidere cosa e dove comprare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

In alto a destra:
i prodotti biologici
esposti durante
la scorsa edizione
del Sana
di Bologna



Le Guide

BolognaFiere "in presenza"

Ma con gel e mascherina

Igienizzazione degli ambienti; verifica della temperatura; accesso solo con la mascherina; disponibilità capillare di gel igienizzanti; presenza di sistemi di control room wifi per identificare le zone di assembramento; grande attenzione al riciclo dell'aria e alla sanificazione; gestione smart della ristorazione per consentire il distanziamento. Ecco il format e le soluzioni logistiche, messe in atto da BolognaFiere, per il riavvio, in totale tranquillità, dell'attività espositiva, evitando assembramenti e a tutela della salute di tutti i presenti. Questo e molto altro compone il mosaico del "sistema sicurezza" di Sana Restart. Misure cautelative che si manifestano già con l'acquisto del titolo di ingresso, esclusivamente online e con indicazione della giornata di visita: una metodologia che azzerava le possibilità di affollamento all'entrata e garantisce al visitatore la certezza di entrare in fiera nel giorno indicato. -f.a.b.



Le Guide

Gli accordi con Alibaba

Buyer e "amicizie" in Rete

Il digitale entra in fiera per promuovere il bio italiano su nuovi mercati e aprire nuovi scenari. Con Sana Restart partono infatti importanti collaborazioni di BolognaFiere con alcuni fra i maggiori player internazionali, a cominciare da Alibaba.com, piattaforma leader di e-commerce b2b. Un accordo siglato "a tutto campo" per sviluppare sinergie fra le rispettive fiere fisiche e digitali, garantendo alle aziende che partecipano un'esposizione costante e visibile a tutti i buyer internazionali, offline e online. Un bacino di 20 milioni di operatori della distribuzione che potranno così interagire, quotidianamente, con gli eventi di BolognaFiere, a partire da Sana Restart, che vede prevalentemente buyer europei ma anche, e soprattutto, americani (primo mercato del biologico) e asiatici. L'altro accordo siglato da BolognaFiere che parte con Sana Restart è quello tra FederBio e Slow Food.



Le Guide

L'iniziativa al Sana Sulla via delle Erbe

Le chiamano le "erbe d'oro" e sono il filo conduttore della prima edizione della Via delle erbe, che debutta da domani a Sana Restart. Protagonisti, lo zafferano, il ginko biloba, l'elicriso e la curcuma, "piante d'oro", non solo per il colore che caratterizza i loro fiori, ma anche per rimarcare la "preziosità" dei loro preparati, in termini applicativi e anche di risorsa economica ed occupazionale. Di queste virtù, ancora poco note, del mondo delle piante officinali si colora il percorso illustrato di immagini e documenti su storia, origini, usi e ricerca scientifica proposto durante la manifestazione.

Una iniziativa voluta da BolognaFiere in collaborazione con Siste (Società italiana di scienze applicate alle piante officinali) e l'associazione Altea di tecnici erboristi dell'Università di Torino oggi che lo studio di sostanze naturali di origine vegetale rappresenta la punta avanzata della ricerca in moltissimi settori.

