



## RAPPORTO BIO BANK 2018

Analisi e statistiche del biologico in Italia secondo i censimenti Bio Bank. Dagli alimenti alla cosmesi

di Rosa Maria Bertino,  
Achille Mingozzi, Emanuele Mingozzi

Edito da Bio Bank  
58 pagine

### Hashtag

#RapportoBioBank

Sfoglialo su Issuu: [issuu.com/biobank](https://issuu.com/biobank)

## Sempre più bio a tavola, vola la cosmesi bio

COMUNICATO STAMPA – 3 SETTEMBRE 2018

### *La chiave del bio*

La parola Bio è ormai dappertutto. È diventata un vero e proprio passe-partout per aprire le porte dei mercati. Basta entrare in un supermercato. Basta guardare la TV, sfogliare i giornali, navigare tra web e social. Basta osservare la crescita delle vendite bio, che hanno superato i 5 miliardi di euro nel 2016 tra Italia ed estero, con un incremento del 16,3% rispetto all'anno precedente. Lo conferma anche il Rapporto Bio Bank 2018, che verrà presentato ufficialmente al Sana di Bologna il 7 settembre.

Sul Rapporto sono pubblicati e analizzati i dati riferiti alle **10.001 attività censite** da Bio Bank nel 2017: 9.075 per l'alimentazione e 926 per la cosmesi. 58 pagine ricche di dati, informazioni e infografiche, tutte da sfogliare, leggere e consultare liberamente su Issuu.



La banca dati del bio

### Bio Bank soc. coop.

Via F. Olivucci, 1 c/o Agci  
47122 Forlì (FC)  
[biobank@biobank.it](mailto:biobank@biobank.it)  
[www.biobank.it](http://www.biobank.it)

## ***Trend 2013-2017***

Negli ultimi cinque anni il numero di attività delle otto tipologie monitorate nel Rapporto per gli Alimenti è cresciuto di oltre il 6%. A volare sono invece le tre tipologie di attività monitorate per la Cosmesi, cresciute del 177%.

Per gli **Alimenti** ancora in testa gli e-commerce di alimenti bio, passati dai 147 del 2013 ai 344 del 2017, con una crescita del 134%, e i ristoranti bio, passati da 350 a 556, con una crescita del 58,9%. Seguono i 1.437 negozi specializzati di alimenti bio (+12,5%), le 1.311 mense scolastiche (+6,1%), i 238 mercatini (+3%), mentre le 2.879 aziende con vendita diretta crescono appena dell'1,5%. In calo gli agriturismi a quota 1.497 (-4,5%) e i gruppi d'acquisto solidale a 813 (-8,3%).

Per la **Cosmesi** guidano ancora il trend le profumerie bio, balzate dalle 49 del 2013 alle 245 del 2017 (+400%). Notevole lo sviluppo degli e-commerce di cosmesi bio, passati da 70 a 255 (+264,3%). Significativo l'aumento delle aziende di cosmesi bio e detergenza eco certificate, che raddoppiano passando da 215 a 426 (+98,1%).

## ***Regioni leader 2017***

La classifica delle regioni leader per numero assoluto di attività bio nel 2017 riconferma la Lombardia con ben 1.417 attività, prima per numero di gruppi d'acquisto, negozi, mense, aziende ed e-commerce di cosmesi. Al secondo posto ancora l'Emilia-Romagna con 1.312 attività, che primeggia con vendita diretta, mercatini, e-commerce di alimenti e ristoranti. Al terzo la Toscana con 1.126 realtà, regina incontrastata degli agriturismi. Anche alla guida della classifica per densità di attività si riconfermano le stesse tre regioni del Centro Italia: le Marche con 397 attività per milione di abitanti, l'Umbria con 347 e la Toscana con 301.

Tra le regioni leader in Italia solo una è presente sia nella classifica per numero sia in quella per densità: è la Toscana. Tra le regioni leader in una singola tipologia entra per la prima volta il Sud, con la Campania, leader per numero di profumerie bio.

## ***Quale bio vogliamo?***

Diecimila attività sono una fetta importante del biologico italiano, dall'alimentazione, dove il bio ha visto il suo esordio, alla cosmesi, dove la sua diffusione è più recente. Dai canali storici, come i negozi specializzati, a quelli emergenti, come l'e-commerce.

Il perimetro del Rapporto Bio Bank non comprende quindi tutto il biologico - che ormai non ha più confini e si trova ovunque - ma fornisce dati quantitativi e qualitativi per leggere il cambiamento in atto e affrontare le nuove sfide. Rischi e sfide che hanno fatto parte della storia del bio fin dal suo esordio, quando si affermava che era impossibile produrre con il metodo dell'agricoltura biologica.

Ora che il bio è sulla bocca e sulla tavola di tutti, sorgono mille domande. Quale bio vogliamo? Per qualcuno o per tutti? Anonimo o identitario? D'importazione o nazionale? E infine la domanda delle domande: il bio è un punto d'arrivo o un punto di partenza?

Oggi che sono entrate nel bio sia le multinazionali, sia grandi, medie e piccole aziende agroalimentari, si assiste a una polarizzazione. Da una parte il bio basico, che rispetta il regolamento europeo e si accontenta dell'Eurofoglia. Dall'altra le aziende storiche del bio, che continuano la scalata dei valori nel segno della qualità totale: il bio legato all'origine delle materie prime (locale, regionale, made in Italy), il bio che si evolve in biodinamico, il bio che fa filiera (giusto prezzo ai produttori e distribuzione equa del valore lungo tutta la catena), il bio etico (pizzo-free, caporalato-free), il bio solidale (equo, sociale) e si potrebbe continuare.

Più il bio si espande, più le aziende pioniere dovranno affondare le radici nei valori originari del bio.

---

### **Bio Bank, la banca dati del bio**

*Bio Bank è la banca dati del biologico italiano dal 1993. Aggiornata anno dopo anno, attraverso i censimenti diretti di migliaia di attività, segue l'evoluzione del settore, pubblica l'annuario Tutto Bio, la rassegna Vetrina Bio Bank, i report statistici digitali (Focus e Rapporto Bio Bank), il portale biobank.it e i social media collegati.*

---



**La banca dati del bio**

**Bio Bank soc. coop.**

Via F. Olivucci, 1 c/o Agci  
47122 Forlì (FC)  
biobank@biobank.it  
www.biobank.it