

Biologico: si consolida la crescita del mercato in Italia Discount e online trascinano le vendite

*Nel primo trimestre confermati i livelli di consumo dopo il netto incremento di un anno fa.
Ecommerce ancora +79%*

*Assobio: "Il taglio dell'Iva sull'ortofrutta bio e il credito d'imposta sui costi certificazione
sarebbero una marcia in più per il settore, ma ora si investe su istruzione e ricerca"*

Bologna, 26 aprile 2021 - Una grande stagione di rinnovamento culturale, per una reale transizione ecologica nello spirito europeo del Green Deal e del Recovery fund, passerà solo da una maggiore consapevolezza nelle scelte alimentari dei consumatori, a favore di prodotti rispettosi dell'ambiente, della salute e del lavoro dell'uomo. L'Italia dovrà investire in istruzione, ricerca, digitalizzazione di filiera e sgravi fiscali ai produttori: così l'**agricoltura biologica** potrà svilupparsi, in coerenza con gli obiettivi fissati dall'Unione europea, secondo **Assobio**, associazione nazionale delle imprese di trasformazione e distribuzione dei prodotti biologici e naturali.

Il momento del comparto è favorevole, si consolida l'**incremento dei consumi** registrato un anno fa, quando ebbe punte del +20% a marzo-aprile, grazie a una crescita a valore tendenziale dello 0,9% nel primo trimestre 2021. Tra i canali di distribuzione, la spesa online aggiunge un +79% rispetto a un anno fa (+150% in tutto il 2020) e i discount crescono del 10,5% (dati Nielsen).

Le contraddizioni strutturali del **mercato** tuttavia restano: l'Italia vanta una delle maggiori quote nazionali di superficie agricola utilizzata a biologico in Europa, con un 15,8%, ma la spesa pro capite (pre-Covid) è di 60 euro all'anno, contro i 144 in Germania, 174 in Francia, 338 in Svizzera e 344 in Danimarca (dati Fibl & Ifoam, 2021). Questo, nonostante il nostro sia il primo paese in Europa e secondo al mondo nell'esportazione di prodotti biologici, con oltre 2,6 miliardi di euro, circa il 6% di tutto l'export agroalimentare nazionale.

*"I dati dimostrano che il biologico non è una nicchia e il potenziale per un aumento dei consumi interni c'è – osserva **Roberto Zanoni, presidente di Assobio** -. Va comunicato il suo valore reale. Da un lato il Governo dovrebbe investire in formazione nelle scuole e nella ricerca universitaria, con master e corsi di laurea in agricoltura biologica, per ripensare in chiave nuova il mondo della formazione. Dall'altro lato, si dovrebbe creare maggiore consapevolezza nel consumatore e avviare economie di scala, favorendo il passaggio ad un'autentica agriecologia e ad una maggiore competitività del comparto.*

Per favorire gli orientamenti del Green Deal e delle strategie a esso collegate sarebbe opportuno alleviare i costi di certificazione biologica che gravano sulla filiera: *"Tale onere si riverbera su produttori, trasformatori e distributori, fino al prezzo finale: **virtuosi e tassati**, insomma. Riconoscere a questi operatori un credito di imposta, oltre a favorire la conversione delle superfici, aiuterebbe anche i consumi, insieme a un auspicabile taglio dell'Iva sui prodotti dell'ortofrutta biologica: la strategia 'Farm to fork' prevede infatti che tutti gli europei possano contare su alimenti sani, economicamente accessibili e sostenibili"*.

La promozione della tracciabilità, la valorizzazione dei loghi di qualità europea in etichetta, la comunicazione, sono alcune leve per incrementare la fiducia dei consumatori, avvalendosi delle **tecnologie digitali**, avanzate dalla stessa Commissione di Bruxelles, in una recente comunicazione al Parlamento europeo. *"Urge investire nell'innovazione digitale, creando una piattaforma di tracciamento validata dal ministero delle Politiche agricole, che dovrà essere utilizzata da tutti,*

*produttori e operatori del biologico, dal campo alla tavola – conclude Zanoni -. **È ora di un vero cambio di passo** a tutti i livelli, dalle scuole ai decisori politici, dagli opinion leader ai distributori, per riconoscere nel biologico l'asset che potrà dare al Paese un ruolo da protagonista nel futuro green e sostenibile d'Europa”.*

*Ufficio stampa:
Trefoloni e Associati
ufficiostampa@trefolonieassociati.com
tel. 3484908595*