

5 luglio 2023 – Ore 10.30

APPUNTAMENTO CON IL "BIO"

Fabio Del Bravo

ISMEA



Attività di diffusione del Programma
"Dimecobio IV - 2021-2024" realizzato
da Ismea e Ciheam Bari

CON IL PATROCINIO DI



PALAZZO DELL'EMICICLO
VIA MICHELE IACOBUCCI, 4
L'AQUILA

Agenda

- Struttura produttiva**
- Mercato**
- Importazioni**
- Riflessioni conclusive**

1. Struttura produttiva



Le superfici e le aziende biologiche in Italia

Superficie agricola utile (SAU)

- **2.349.880** ettari
- + 7,5% sul 2021

Incidenza SAU biologica

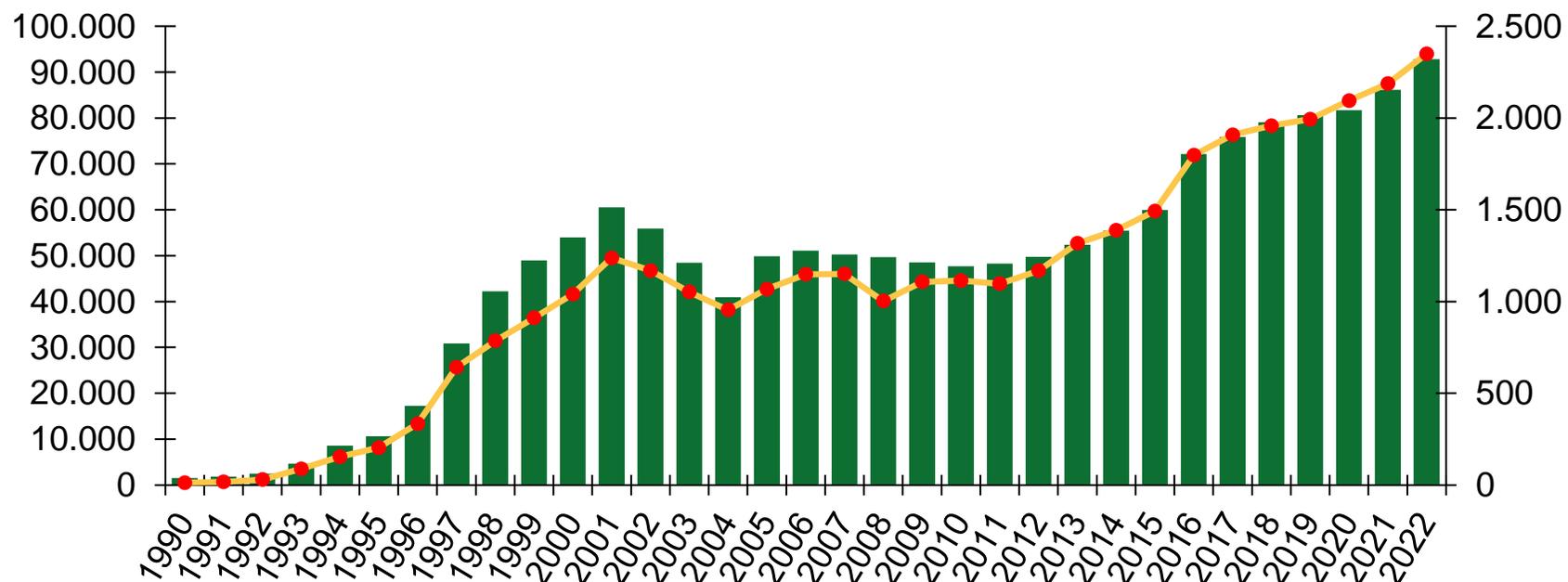
- **18,7%** incidenza
- +1,3 punti % sul 2021

Superficie media

- **28,4 ha** dell'azienda bio vs. 11 ha della media complessiva

Numero di operatori

Ettari, in migliaia



Lo Stivale biologico

Trend SAU nelle regioni



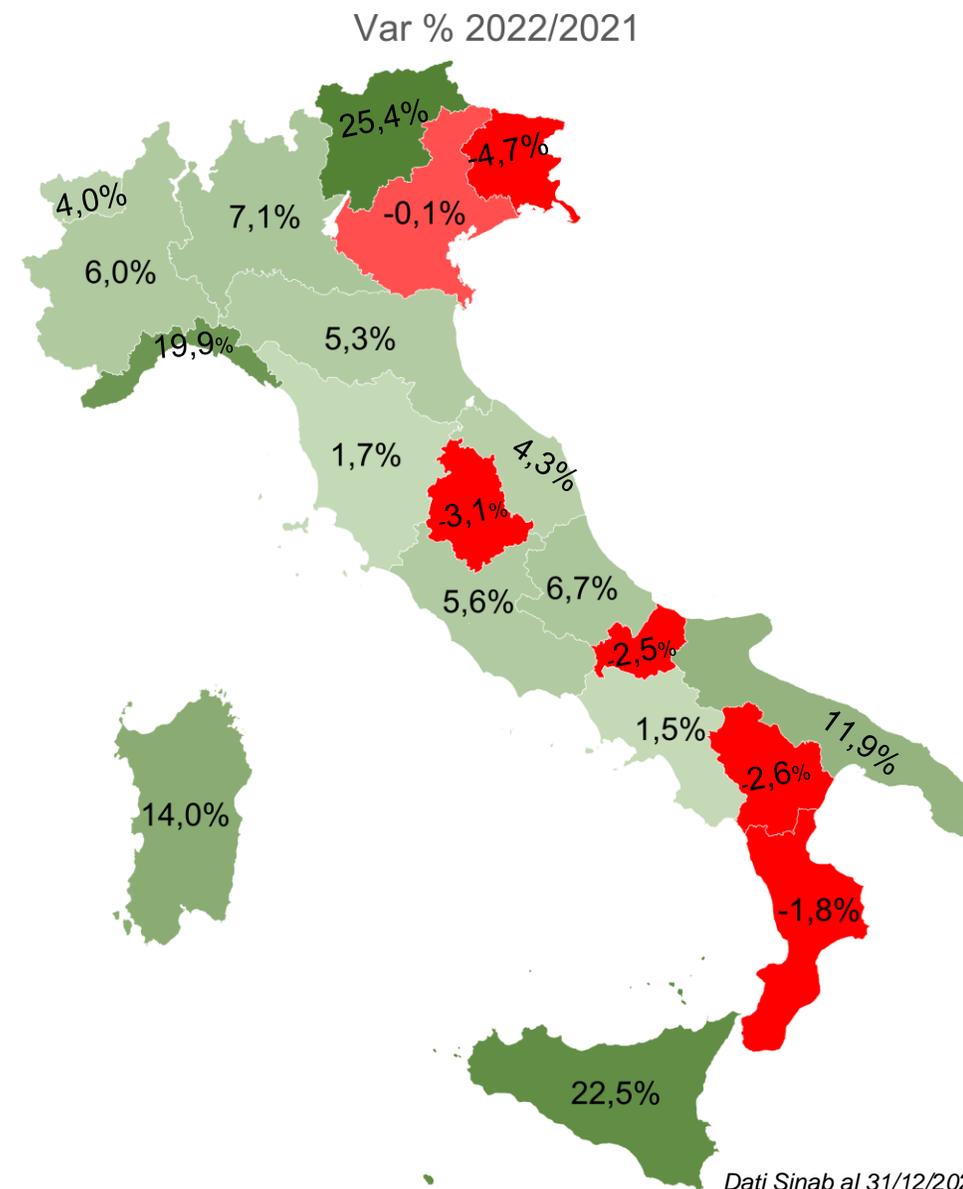
Trentino Alto Adige, Sicilia e Liguria

Pubblicazione di un nuovo bando M11 PSR



Friuli-Venezia Giulia, Umbria e Molise, Calabria e Basilicata

Mancato rinnovo dell'impegno biologico

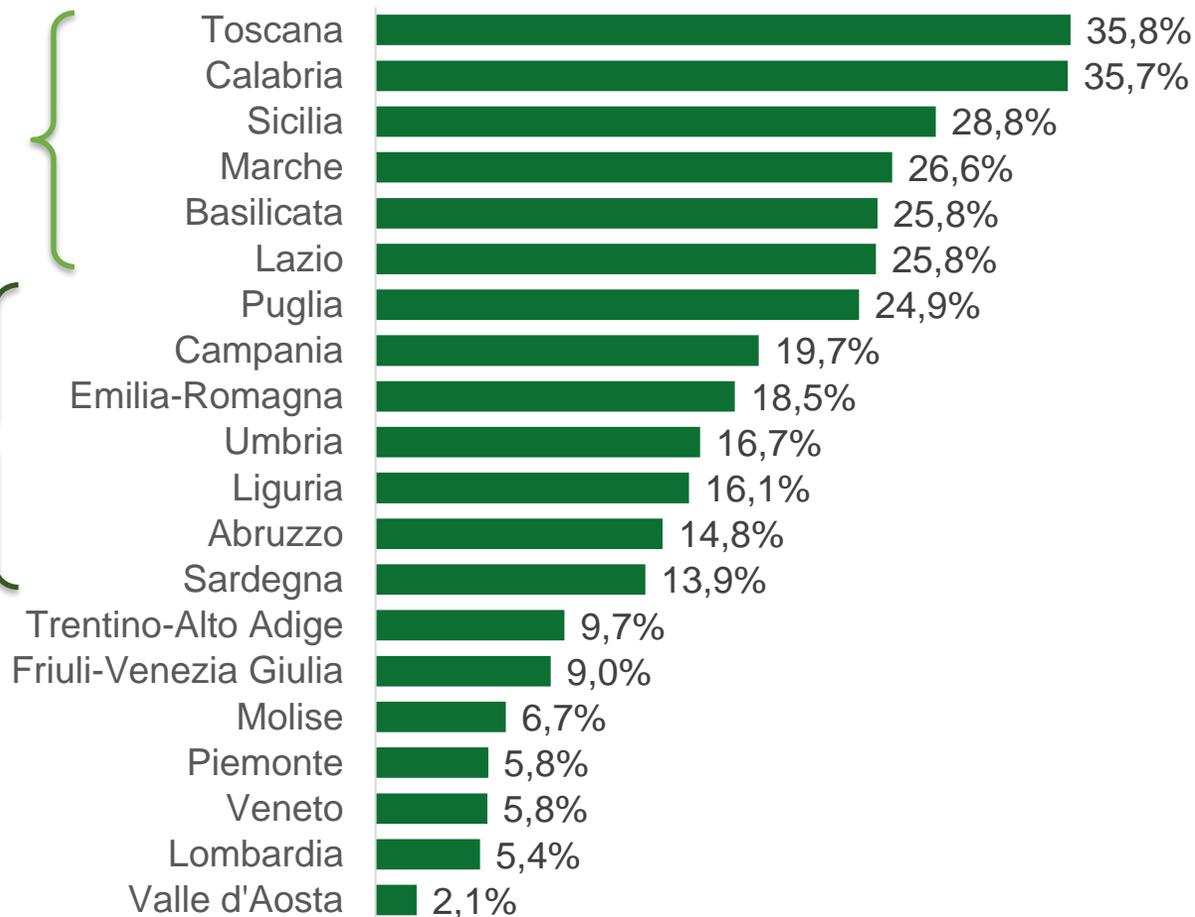


La SAU biologica regionale

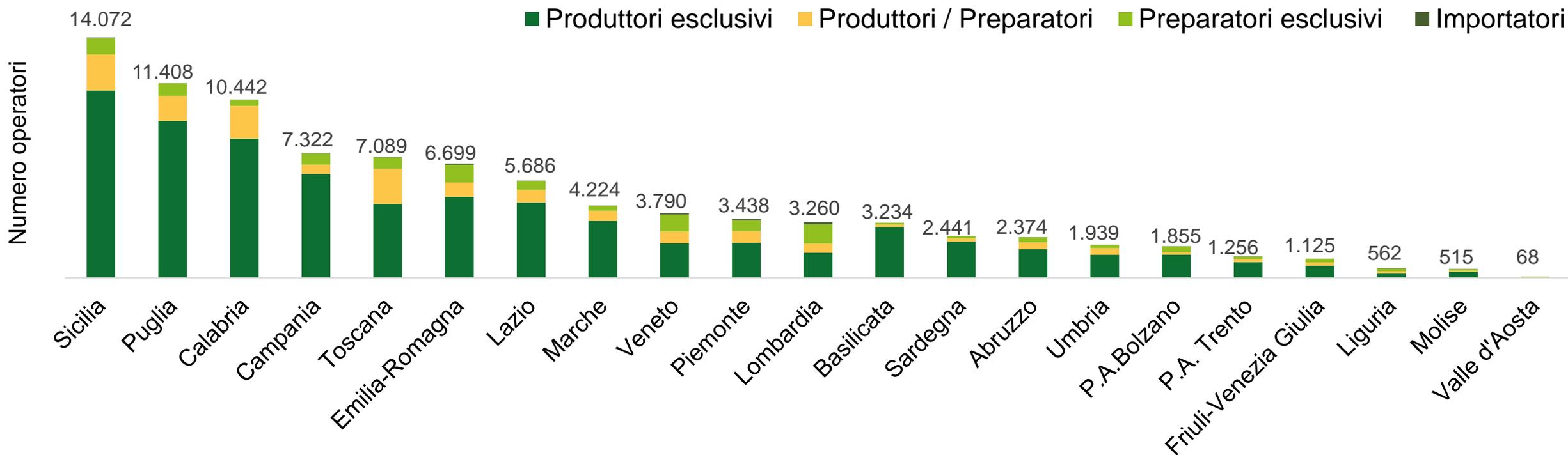
Incidenza della SAU bio per regione

Le 6 regioni che hanno già superato la soglia de 25% di incidenza del bio

Le 7 regioni che sono oltre la metà del percorso



Le imprese biologiche

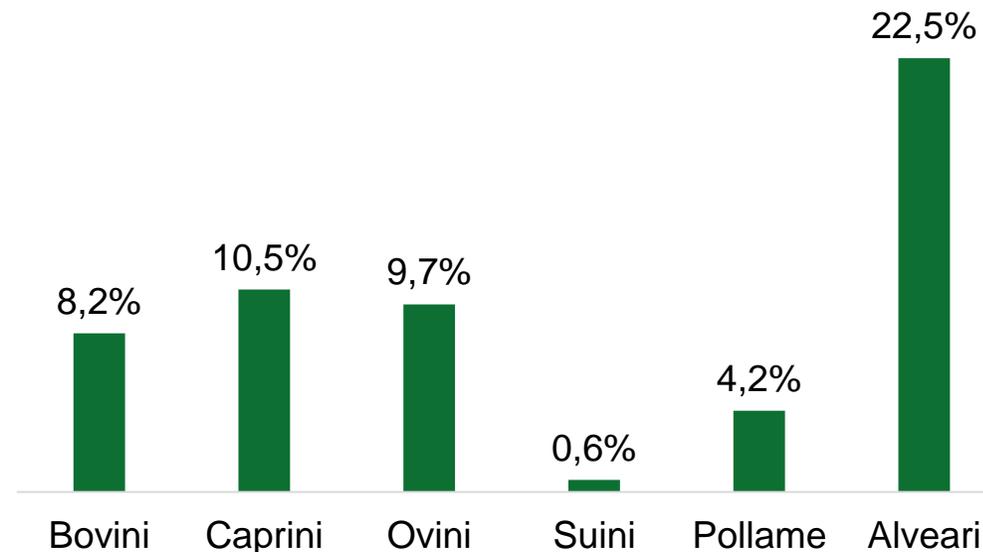


- **92.799** operatori bio di cui 82.627 aziende agricole (+8,9% sul 2021)
- Come per le superfici, anche la crescita delle aziende agricole è legata ai contributi della PAC
- **L'incidenza delle aziende biologiche** sulle aziende agricole italiane è **del 7,3%** (la più alta in Toscana, Marche, Calabria e Emilia-Romagna)

Zootecnica biologica

N.Capi	2020	2021	2022	Var. % 2022/2021
Bovini	397.187	409.332	452.320	+10,5%
Caprini	105.109	99.580	106.857	+7,3%
Ovini	627.747	579.895	571.540	-1,4%
Suini	58.263	58.536	65.590	+12,1%
Avicoli	4.364.477	5.264.161	6.151.325	+16,9%

Incidenza Zootecnia bio

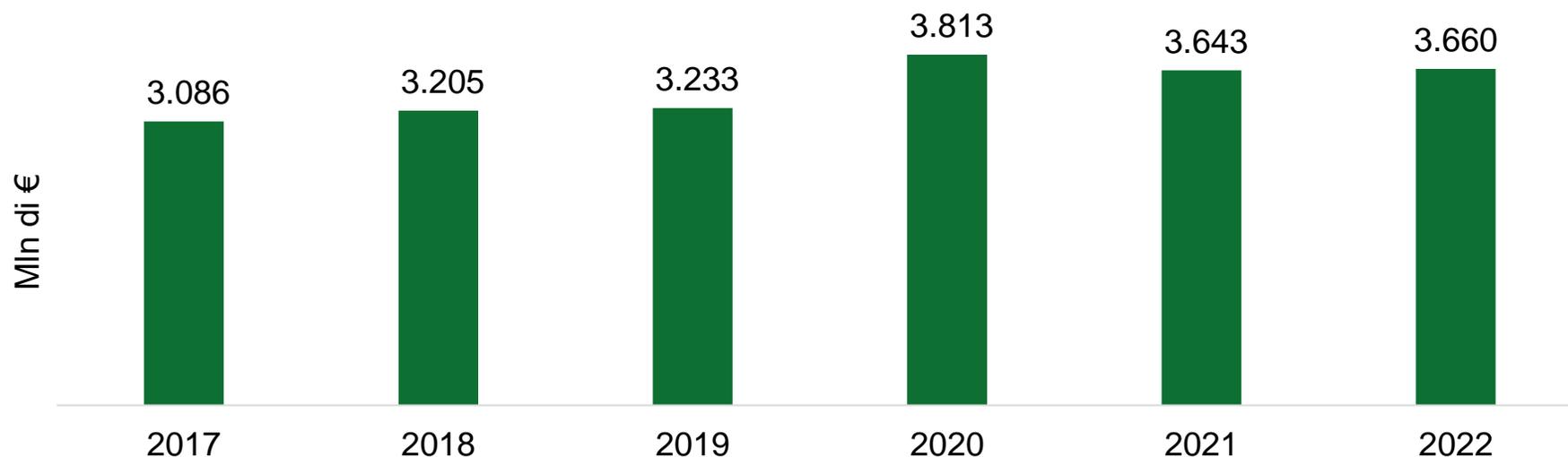


- **Valori di crescita incoraggianti** nei principali comparti produttivi, spinti dalla necessità di migliorare le condizioni di benessere animale in previsione dei nuovi strumenti previsti dalla PAC e in vigore da gennaio 2023 (es. *Ecoschema 1 - Pagamento per la riduzione dell'antimicrobico resistenza e per il benessere animale*)
- Significativa per il ruolo di preservazione della biodiversità **l'incidenza degli alveari biologici (22,5%)**; anche in questo caso il settore è sostenuto dagli Ecoschemi e dagli interventi settoriali della PAC

2. Mercato

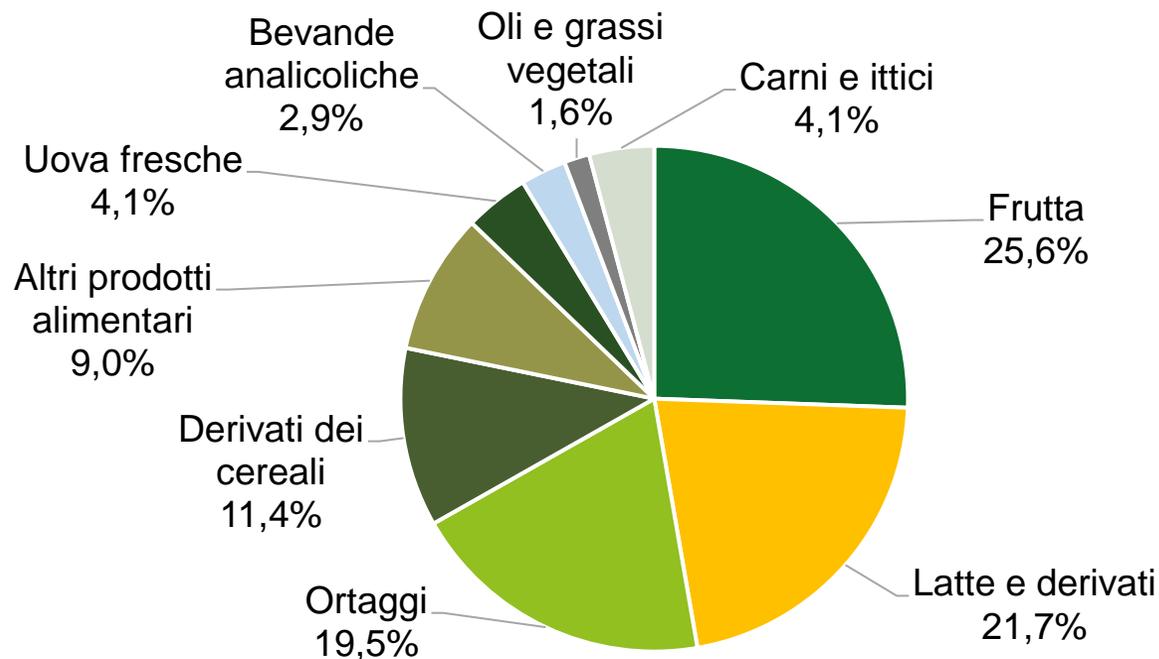


Il valore della domanda di prodotti biologici



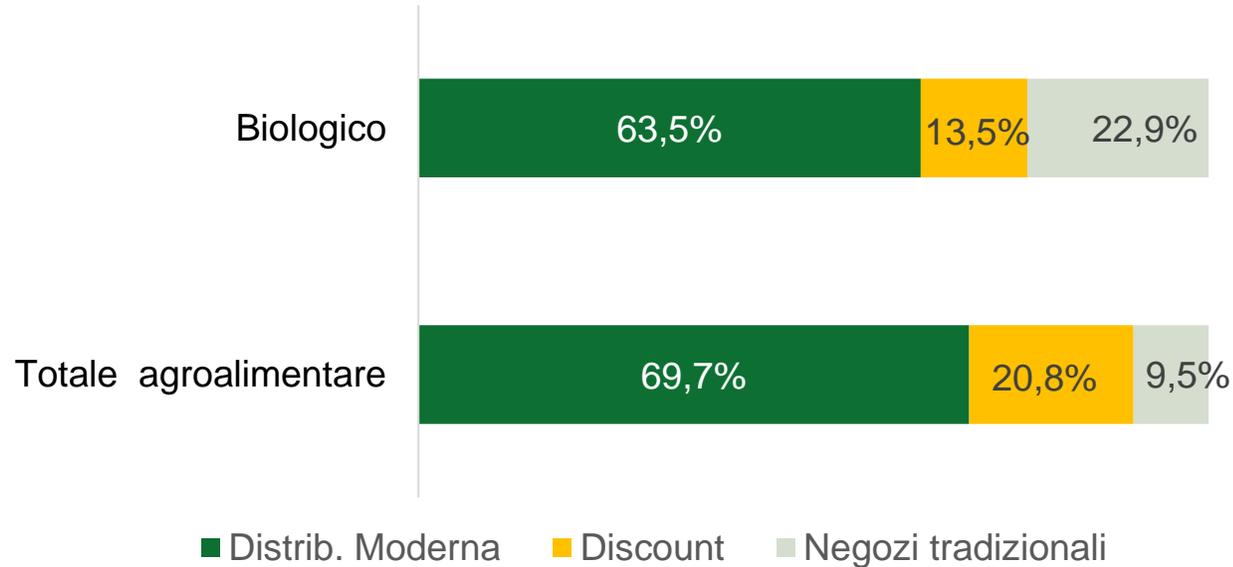
- **3,6%** il peso del mercato interno del biologico rispetto al totale del comparto agroalimentare italiano (-0,3 punti % rispetto al 2021)
- **+0,5%** il valore di mercato nazionale al consumo di prodotti biologici rispetto a un 2021 chiuso in flessione (-4,6% sul 2020)
- Le prime stime del 2023 confermano il **trend positivo dei consumi bio** e il crescente interesse per il canale discount

Categorie di acquisto



- La **ripartizione della spesa bio** complessiva tra le diverse categorie merceologiche **resta simile** a quella degli anni precedenti
- L'**ortofrutta** si conferma la **categoria d'acquisto più rappresentata** (45,1% del mercato totale del bio) malgrado una generale flessione delle vendite
- Crescono i consumi di **uova** (+6,8%), di **carni fresche e trasformate** (+3,7%) e di **prodotti ittici** (+3,1%)
- Calano gli acquisti di **vino e spumanti biologici** (-3,7%), **derivati dei cereali** (-3,4%) e di **ortofrutta** (-2,8%) rispetto al 2021

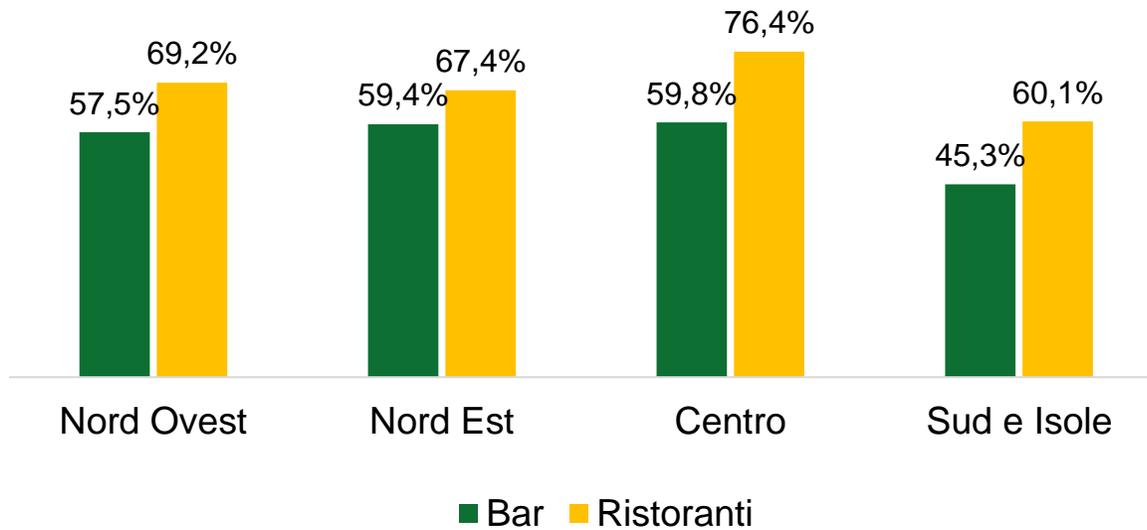
Distribuzione e canali di vendita



- ✓ La **distribuzione moderna** conferma la propria leadership tra i canali distributivi dei prodotti biologici con un'incidenza del **63,5%**
- ✓ I **discount guadagnano** quote di mercato (+14,2% sul 2021), vista la maggiore attenzione al risparmio dei consumatori
- ✓ I **negozi specializzati** continuano a perdere sia in termini assoluti che di spesa (-6,2% sul 2021)

Focus: il biologico nei bar e nei ristoranti

Il peso del Bio negli acquisti



- ✓ L'incidenza dei bar e ristoranti che acquistano almeno un prodotto bio risulta essere in media rispettivamente del **54,5%** e **68,4%**
- ✓ La spesa in prodotti biologici nei bar che acquistano bio è del **18,9%**
- ✓ La spesa in prodotti biologici per i ristoranti che acquistano bio è del **33,1%**
- ✓ Le prospettive per il futuro: il **6%** dei bar e il **13,5%** dei ristoranti vogliono offrire prodotti **solo ed esclusivamente biologici**

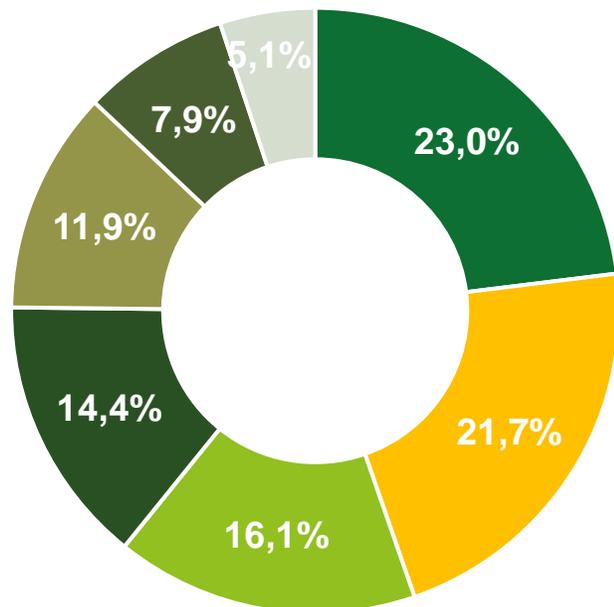
3. Importazioni



Le importazioni di prodotti bio in Italia da Paesi terzi

Le categorie di prodotti bio importati

- Cereali
- Frutta fresca e secca
- Caffè, Cacao, Zuccheri, Tè e Spezie
- Colture Industriali
- Oli vegetali
- Ortaggi e legumi
- Prodotti trasformati

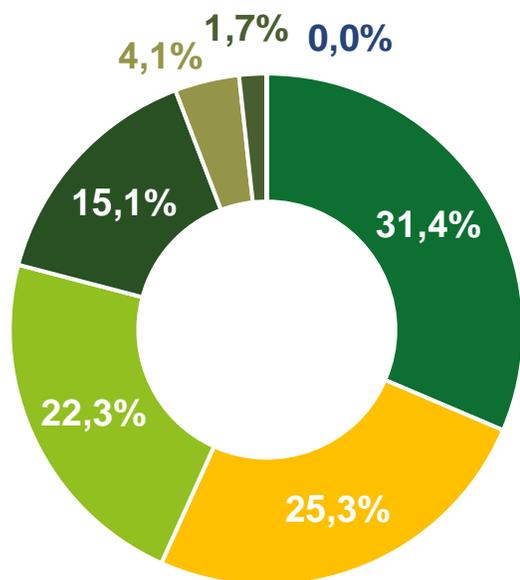


- ✓ **-17,1%** i volumi delle importazioni italiane di prodotti biologici provenienti dai Paesi terzi
- ✓ **582** le **aziende iscritte** nell'elenco nazionale degli importatori, di cui **258** effettivamente operanti
- ✓ **Calano** le importazioni di **cereali** (-22,0%), di **colture industriali** (-25,9%) e di **oli/grassi vegetali** (-30,7%)
- ✓ L'unica categoria **in crescita** è quella che raggruppa caffè, cacao, zuccheri, tè e spezie che segna un +4,6% sul 2021

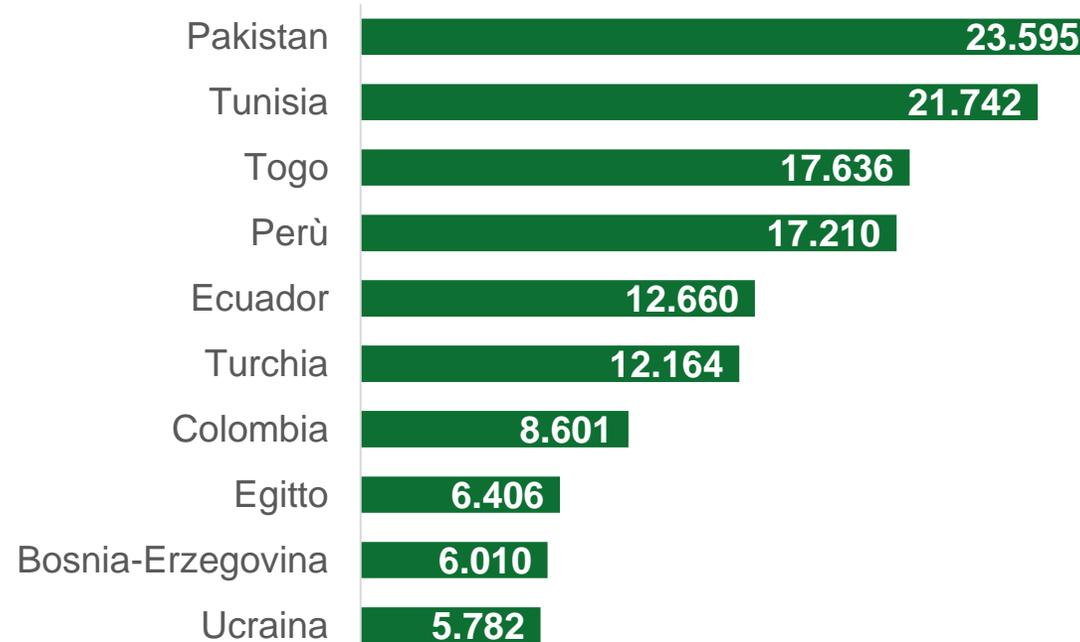
Le aree e i paesi esportatori

Le importazioni per area geografica e i principali paesi esportatori in Italia

- Africa
- America del Sud
- Asia
- Europa non Ue
- America Centrale
- America del Nord
- Oceania



Volumi in tonnellate

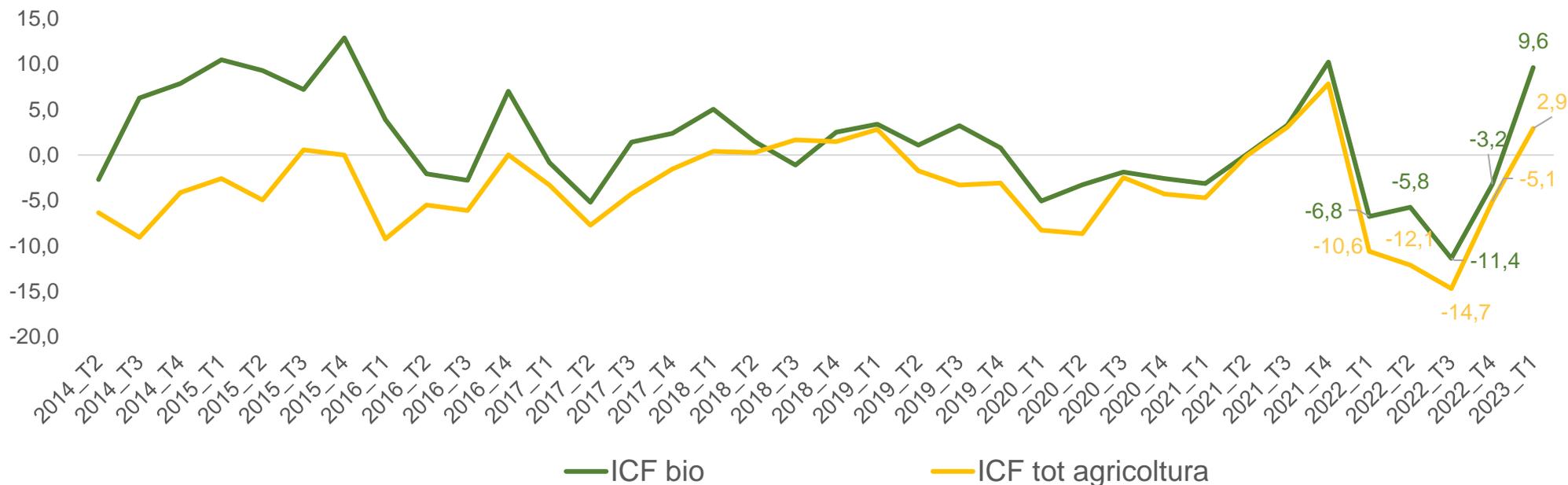


- **Asia (-32,0%) ed Europa non Ue (-36,6%) riducono** le esportazioni di prodotti bio verso l'Italia, principalmente a causa del calo di importazioni di cereali e di colture industriali
- Cambia il quadro dei principali Paesi che esportano in Italia: si riducono i volumi importati da **Tunisia, Turchia e Cina**

4. Riflessioni conclusive



Il clima di fiducia nelle aziende biologiche



- Negli ultimi cinque anni si assiste all'**assottigliamento del differenziale del clima di fiducia** tra aziende bio e totali
- Nel 2022 la percezione delle aziende bio come le non bio, è negativa a fronte dell'aumento delle difficoltà nella gestione aziendale (*costi fissi, reperimento materie prime*)
- In controtendenza nel primo trimestre del 2023 si osserva un moderato ottimismo nelle imprese agricole, maggiore per quelle biologiche che si mostrano particolarmente confidenti rispetto al futuro che le vedrà avvantaggiate sulle tematiche green protagoniste delle strategie di sviluppo sostenibile

Le criticità

- ❑ **l'immobilità dei consumi** domestici che riguarda sempre più anche i Paesi europei leader per acquisti bio e il rischio di «superamento» del bio da parte di più generiche «produzioni sostenibili»
- ❑ la riduzione del **differenziale di prezzo all'origine** che riguarda un numero crescente di prodotti biologici rispetto alle produzioni convenzionali
- ❑ la frequenza con cui si manifestano **eventi climatici disastrosi** e la maggiore «sensibilità» dell'agricoltura biologica con il rischio di uscita di operatori
- ❑ il permanere delle difficoltà nella **reperibilità dei fattori produttivi** (*in particolare sementi, mangimi biologici, materiale vivaistico per i reimpianti*)

Sullo sfondo, lo stretto **legame tra contributo PAC e superficie certificata**



2023: le chance per il settore biologico

- la crescente attenzione dei **cittadini europei** al cibo sicuro, di qualità e sostenibile
- la definizione del nuovo **quadro normativo nazionale**
- l'attuazione della strategia nazionale per il settore con l'avvio delle azioni del **PanBio** finalizzate a supportare la domanda interna e anche l'aggregazione degli operatori
- la stabilizzazione degli **strumenti della Pac 2023-2027** e la chiarezza sul relativo utilizzo
- la concertazione delle iniziative di comunicazione e informazione delle **Associazioni di settore** (es: *la Settimana del bio*)
- l'avvio della **campagna di comunicazione istituzionale**
- l'engagement della **ristorazione** che risulta pronta e aperta a sostenere il settore



A hand is shown holding a glowing globe with a network overlay, symbolizing global connectivity and environmental care. The background is a lush green field of grass and leaves, with a semi-transparent green overlay on the right side. The text "Grazie per l'attenzione" is centered in white.

Grazie per l'attenzione