

# APPUNTAMENTO CON IL "BIO": L'AGRICOLTURA BIOLOGICA DEL FUTURO



  
6 luglio 2022  
Ore 10.30

**mipaaf**  
ministero delle politiche  
agricole alimentari e forestali

  
**ismea**

  
CIHEAM  
BARI  


Attività di diffusione del Programma  
"Dimecobia IV- 2022-2025" realizzato  
da Ismea e Ciheam-lamb

Galleria del  
Cardinale Colonna  
Via Della Pilotta  
17/A - Roma

# Il Biologico nel 2021 e il futuro del settore

Anticipazioni “Bio in cifre 2022”

Fabio Del Bravo

Ismea



# 1. Struttura produttiva



# Le superfici e le aziende biologiche in Italia - 2021

## Superficie agricola utile (Sau)

- **2.186.570** ettari
- + 4,4% sul 2020

## Incidenza SAU biologica

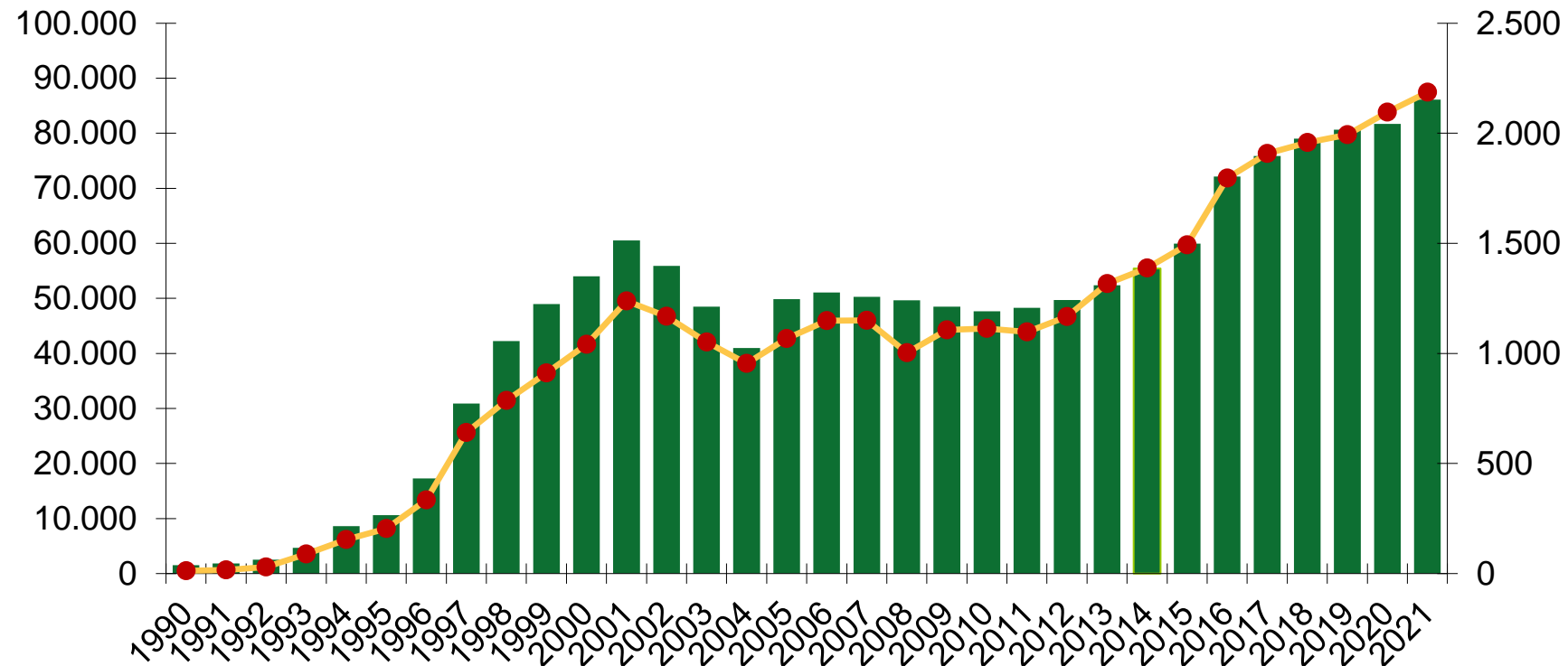
- **17,4%** incidenza
- + 0,8% sul 2020

## Superficie media

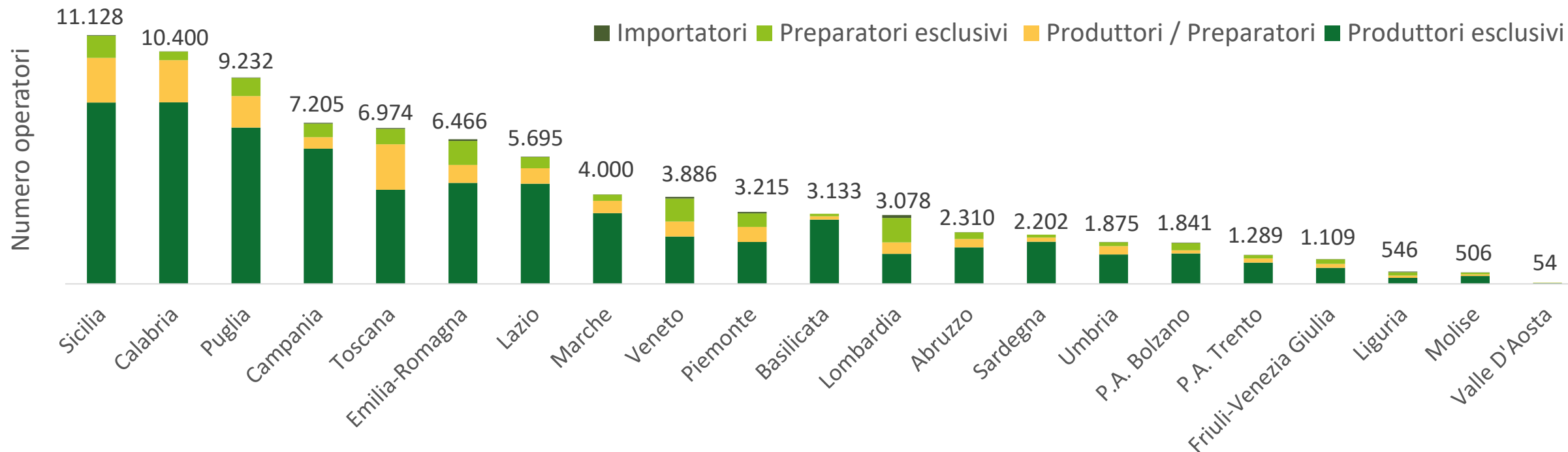
- **28,8 ha** dell'azienda bio vs. 11,1 ha della media complessiva

Numero di operatori

Ettari, in migliaia



# Le imprese biologiche - 2021

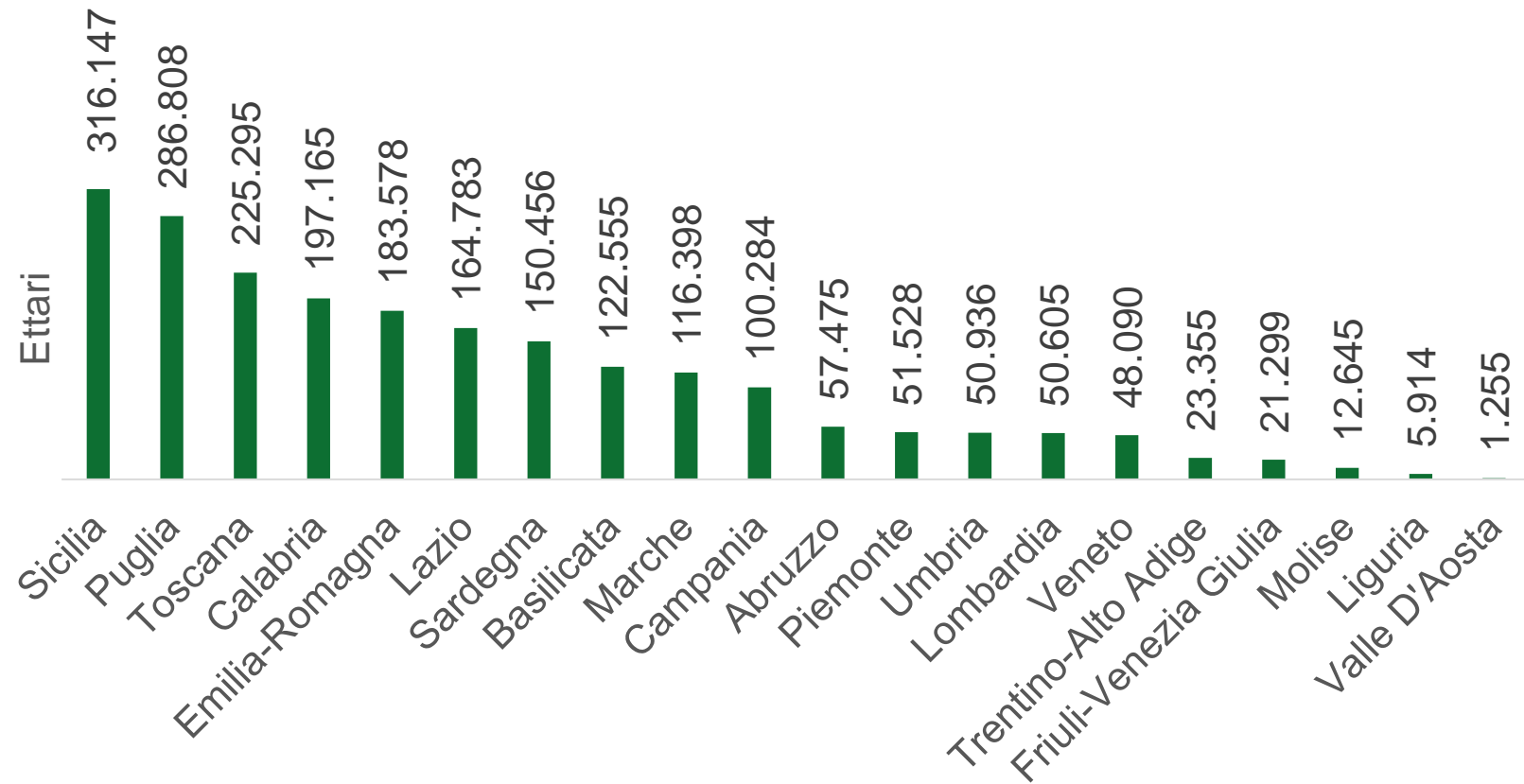


- **86.144** operatori bio di cui **62.333** aziende agricole + 5,4% sul 2020
- **L'incidenza delle aziende biologiche** sulle aziende agricole italiane è **del 6,6%** (la più alta in Toscana, P.A. Trento, Calabria e Marche)
- Produttori/preparatori cresciuti del 14% durante il periodo pandemico → affiancamento della trasformazione all'attività primaria

# Il biologico lungo lo Stivale - 2021

## Distribuzione SAU nelle Regioni

- **55%** della Sau nelle prime cinque regioni
- **57%** della Sau nel Mezzogiorno
- **21%** della Sau nelle Isole
- L'incidenza più alta in **Calabria** (35%), **Toscana** (34%) e **Lazio** (27%)
- La Toscana è la terza Regione e sopravanza la Calabria



# Il biologico lungo lo Stivale - 2021

Trend SAU nelle Regioni



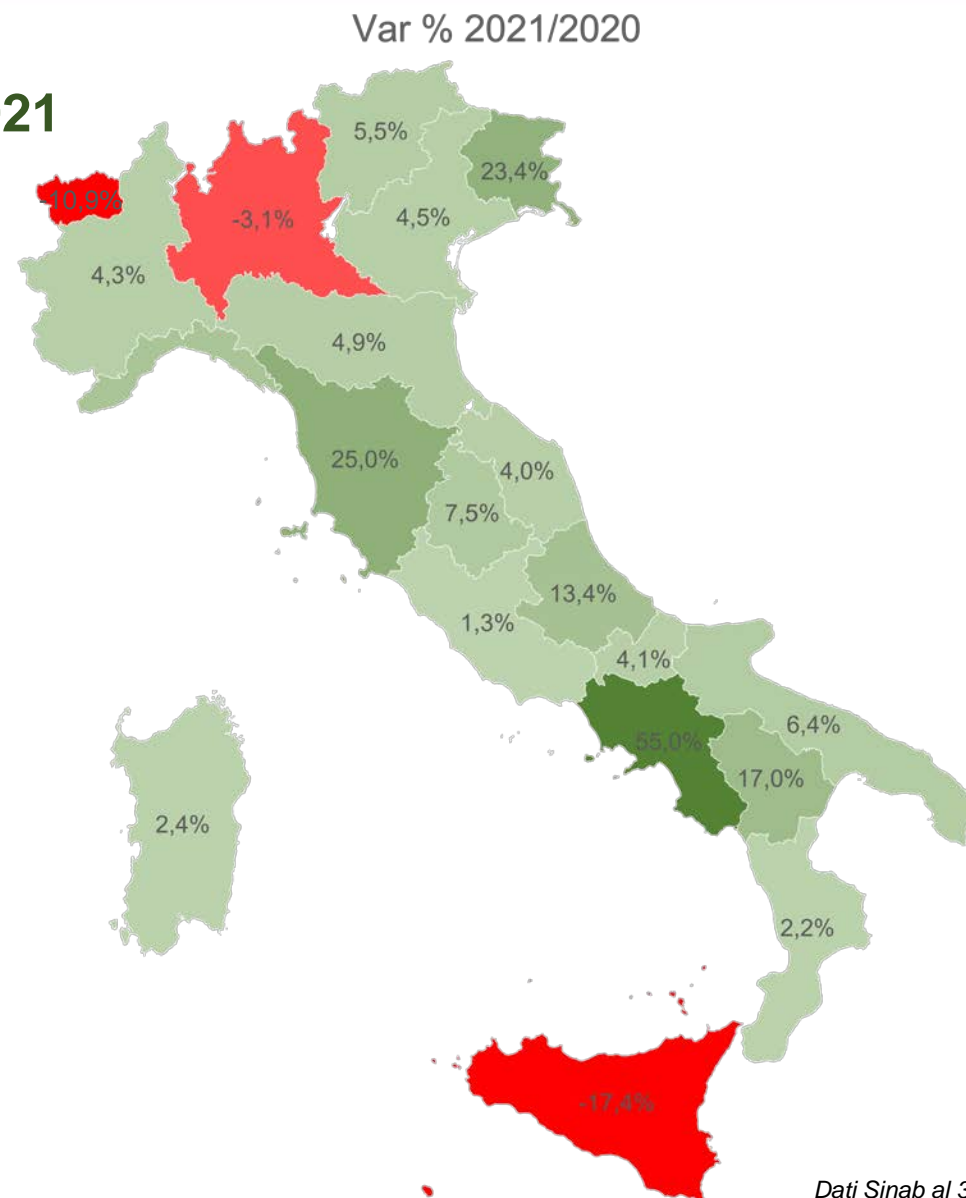
**Campania, Toscana e Friuli  
Venezia Giulia**

*Uscita del bando M11 PSR del 2020*

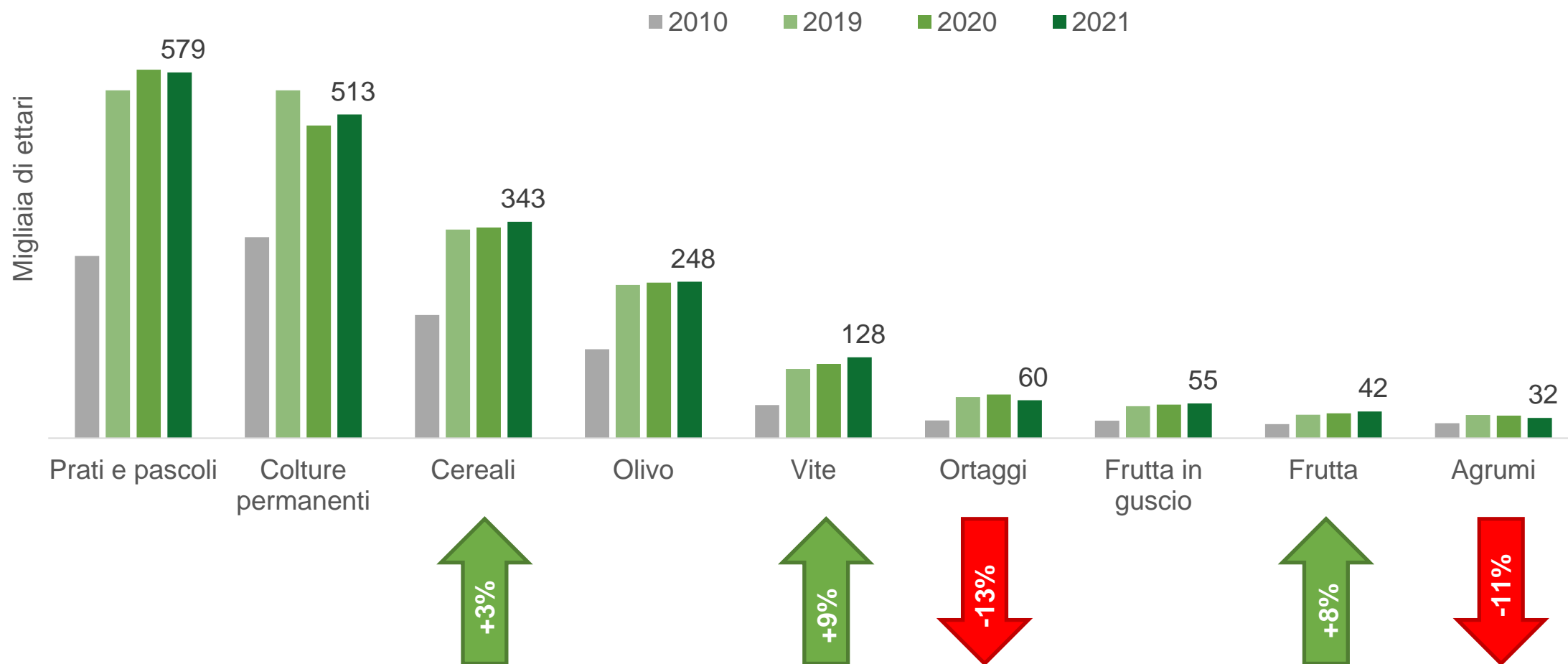


**Sicilia, Valle D'Aosta e Lombardia**

*Mancato rinnovo impegno  
agroambientale*



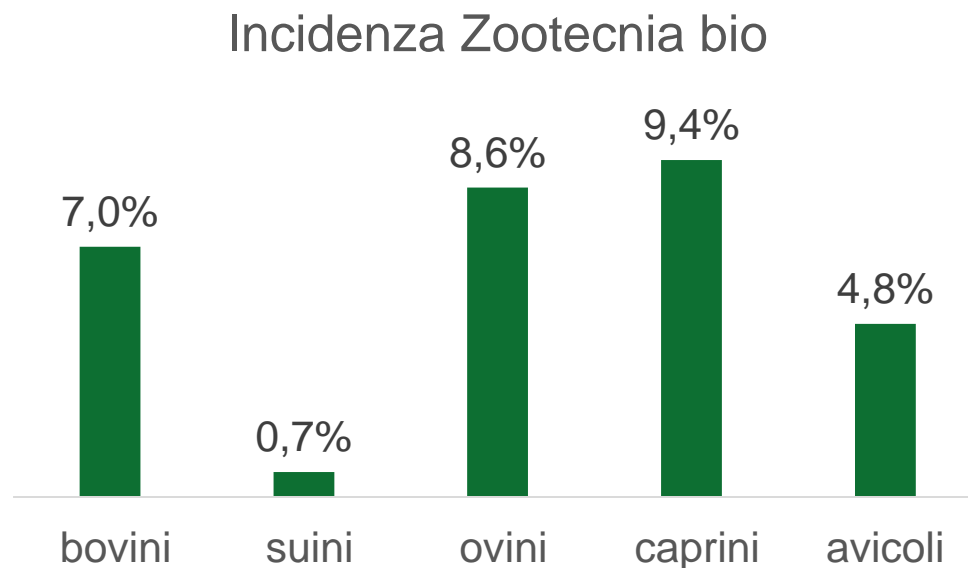
# Principali orientamenti colturali





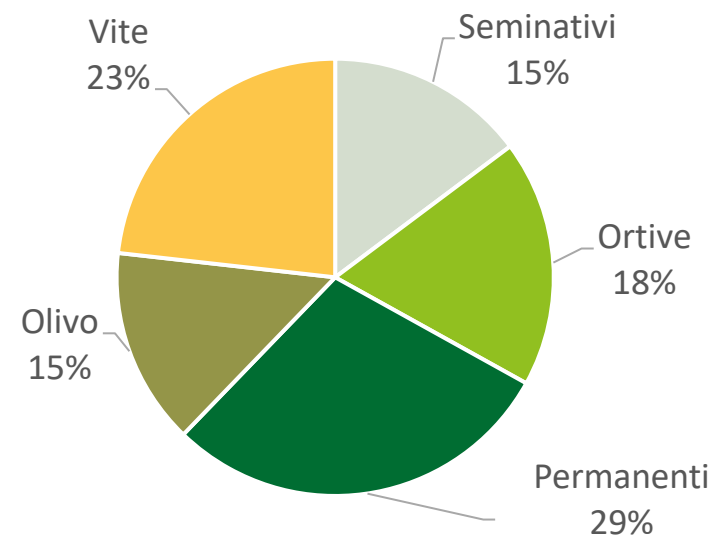
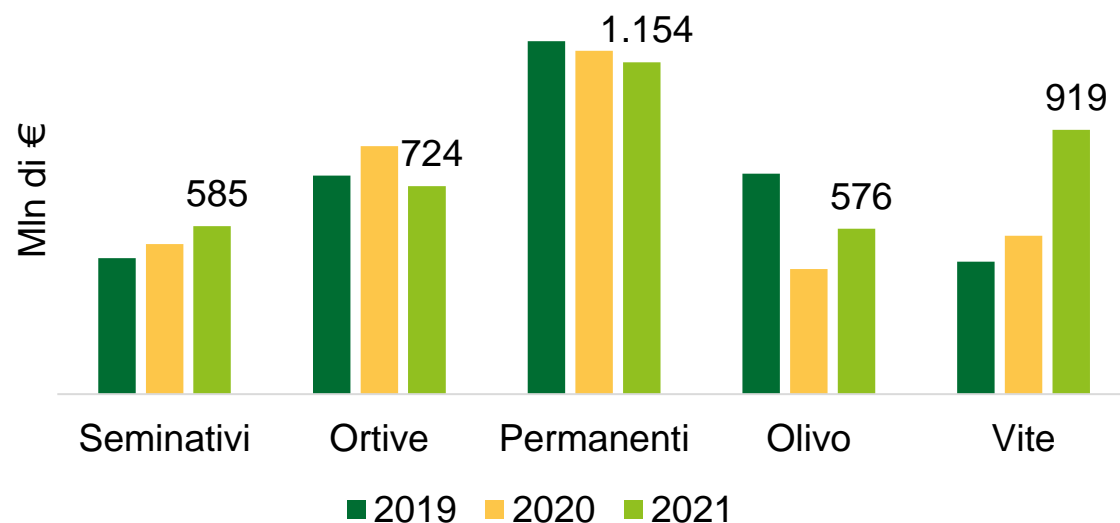
# Zootecnica biologica - 2021

N. Capi	2019	2020	2021	Var. % 2021/2020
Bovini	389.665	397.187	409.332	+3,1
Suini	51.765	58.263	58.536	+0,5
Ovini	596.182	627.747	579.895	-7,6
Caprini	99.418	105.109	99.580	-5,3
Avicoli	3.952.998	4.364.477	5.264.161	+20,6
Equini	10.266	17.943	18.968	+5,7
Api*	182.125	233.719	264.205	+13,0



- **Rappresentatività della zootecnia** biologica ancora bassa (<10% sempre)
- Differenze tra i comparti legate alle specifiche **difficoltà nella riconversione ed estensivizzazione degli allevamenti**
- **Costo e reperibilità dei mangimi biologici** per le aziende non autosufficienti
- **Mercato** non valorizza adeguatamente le produzioni animali biologiche

## Il valore alla produzione bio - stime 2021

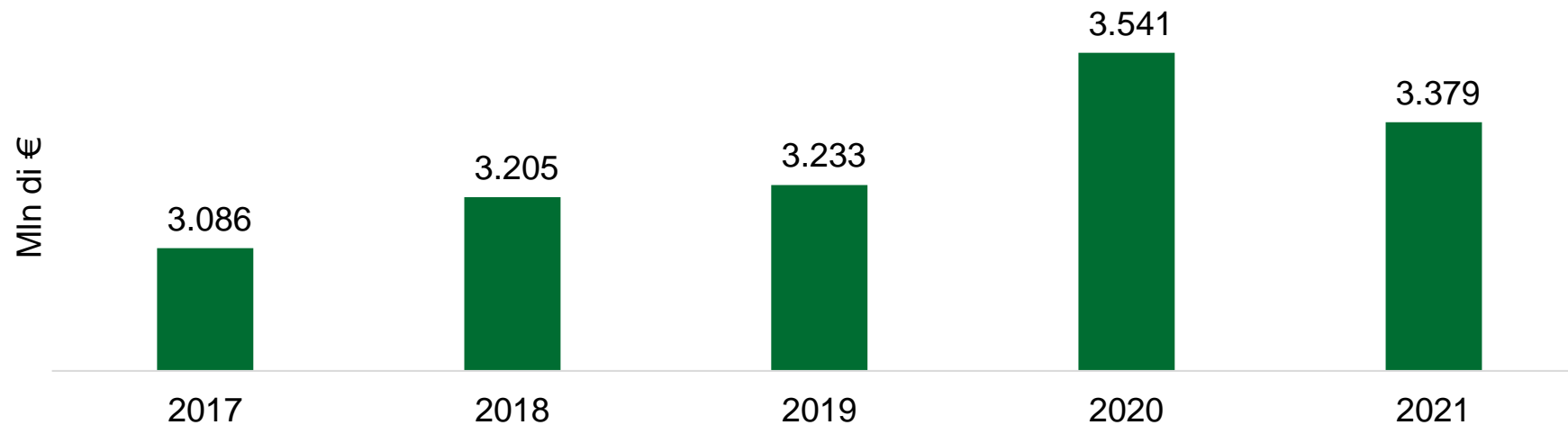


- **3,96 Miliardi di euro\*** la stima del valore totale alla produzione dell'agricoltura bio, in crescita dell'11% rispetto al 2020 e del 7,3% rispetto al 2019
- Vite e seminativi biologici crescono in maniera continuativa da oltre un triennio
- Le colture permanenti perdono valore nonostante l'aumento delle superfici per via di basse rese produttive nel 2020 e 2021

## 2. Mercato

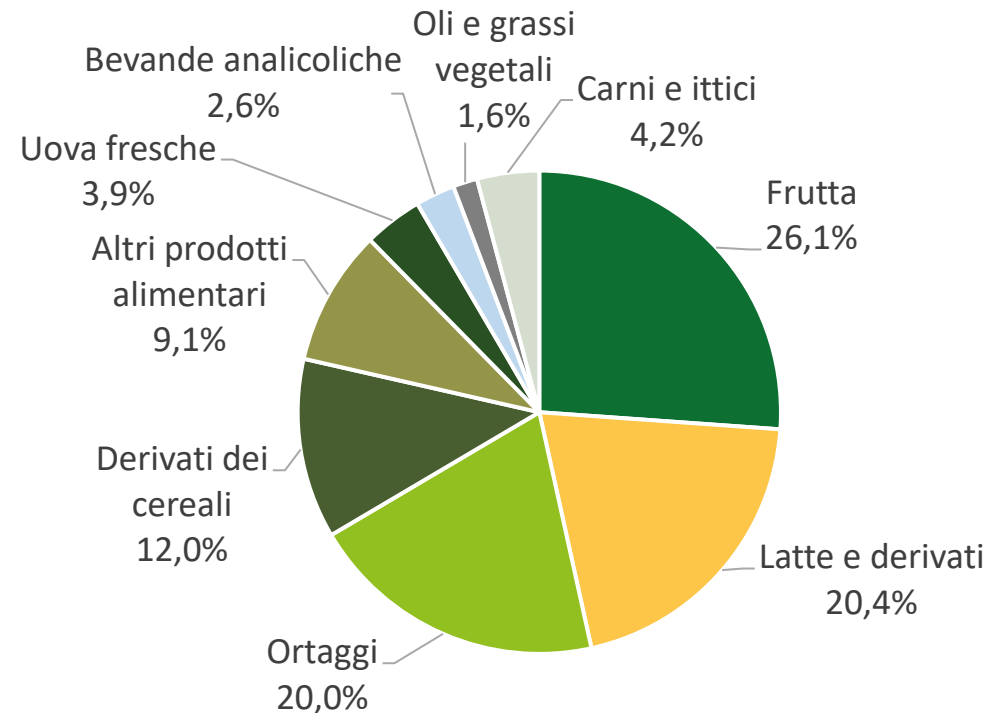


# Il mercato: la domanda di prodotti biologici



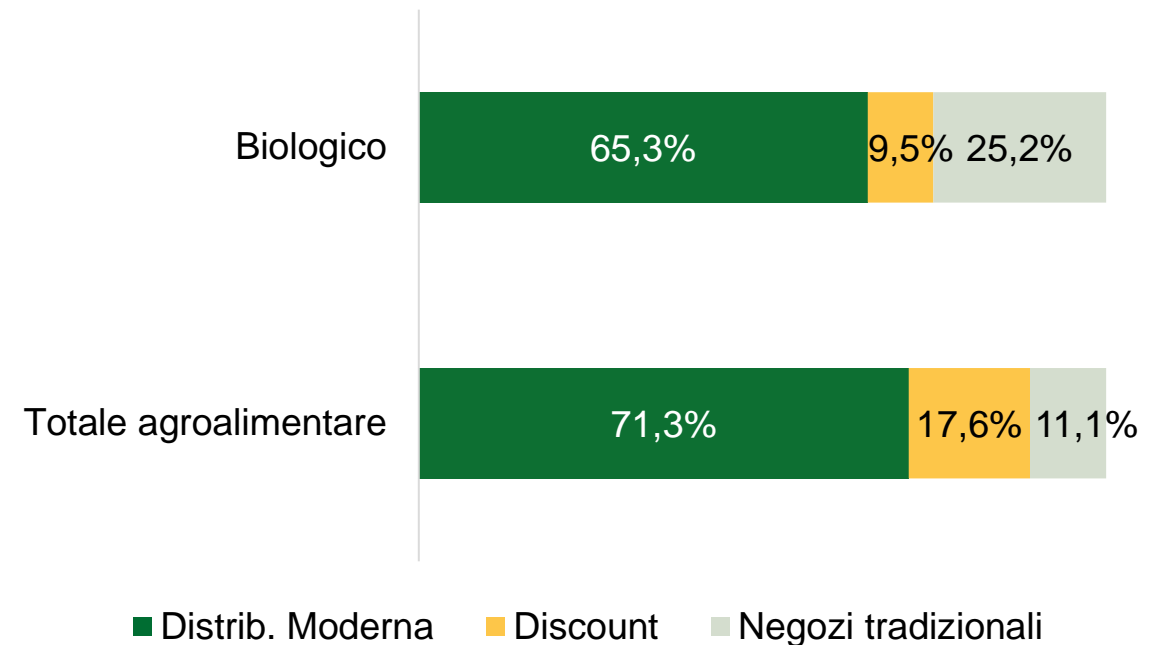
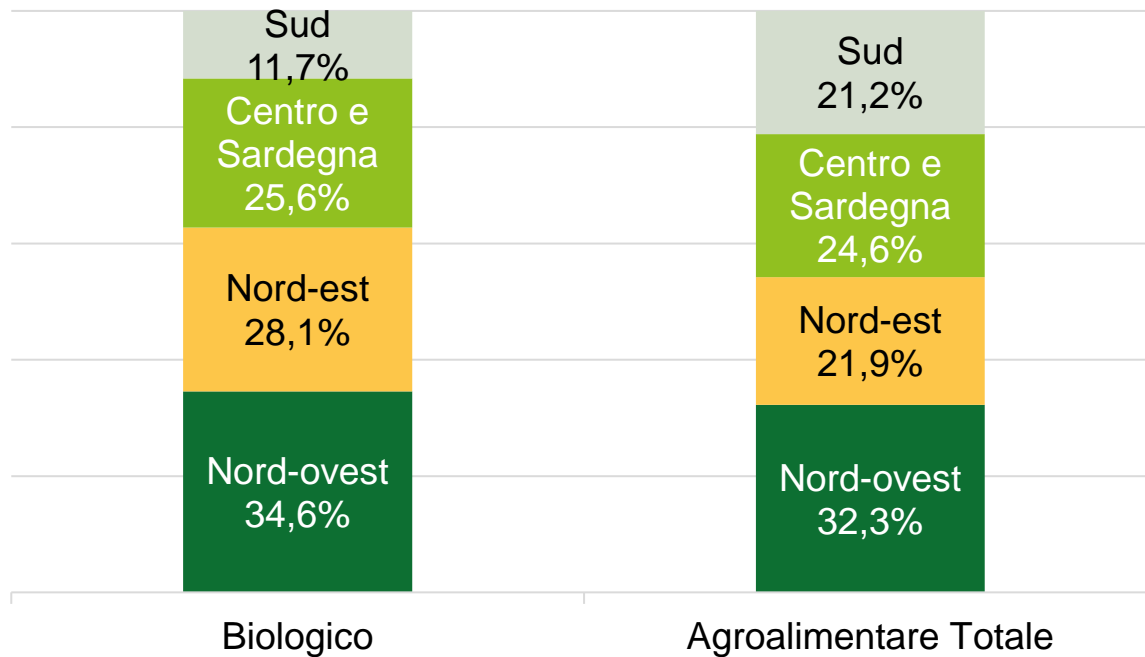
- **3,9% l'incidenza costante** del valore dei prodotti biologici rispetto al totale del comparto agroalimentare italiano
- **-4,6%** il valore di mercato al consumo domestico di prodotti biologici rispetto al 2020 (+4,5% rispetto al periodo pre pandemico)
- **Le prime stime per il 2022 evidenziano un'ulteriore contrazione** rispetto al periodo gennaio-maggio 2021 (-1,9%)
- Positivo il trend nel 2021 delle vendite online che raggiungono il 5% del valore del mercato

# Il mercato: categorie di acquisto - 2021



- La composizione del **carrello della spesa bio** resta inalterata rispetto al 2020
- L'**ortofrutta** è la categoria d'acquisto più rappresentata (46,1% del mercato totale del bio) nonostante una generale flessione delle vendite
- Crescono i **vini** (+5,7%) e le **carni** (+13,0%) che però hanno una bassa incidenza rispetto alle corrispettive categorie dell'agroalimentare convenzionale

## Il mercato: distribuzione e canali di vendita - 2021



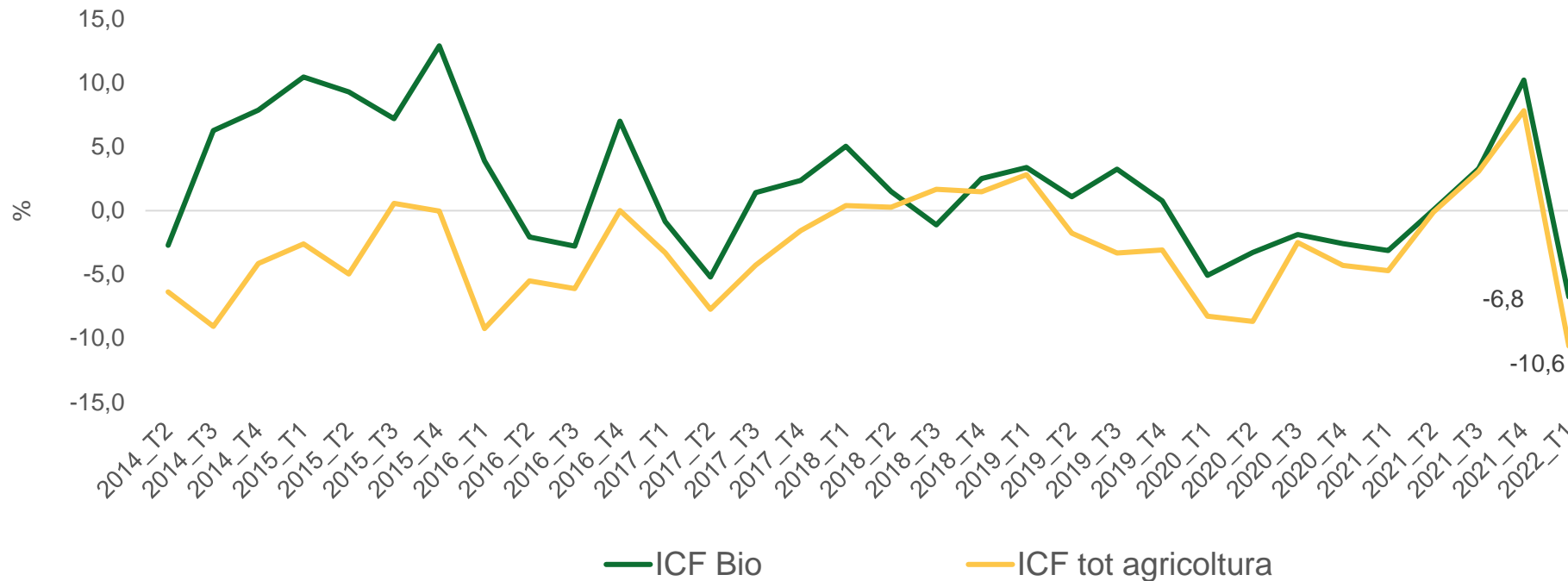
- Il valore del mercato è concentrato per il **62,7% nel Nord**
- Nel **Sud le vendite restano limitate** anche se si registrano le uniche **tendenze di segno positivo** (+3,1% rispetto al 2020)
- La **distribuzione moderna** si conferma il canale di vendita più importante per il bio
- I **negozi specializzati** subiscono un rallentamento ma il canale mantiene un peso fondamentale per il settore del biologico
- I **Discount sono l'unico canale in crescita** anche nel 2021

# 3. Riflessioni per il futuro del settore



# Il clima di fiducia nelle aziende biologiche - 2021

Indice del clima di fiducia Bio vs Totale



Nel giro di un quinquennio si assiste all'**assottigliamento del differenziale del clima di fiducia** tra aziende bio e totali



# I *punti di forza* del bio

- ❑ **Superfici e produzioni crescono** sostenuti dalle politiche territoriali e dal rafforzamento delle filiere biologiche
- ❑ Il processo europeo della **transizione verde** supporta e finanzia strumenti di sostegno al biologico (es. *Pac, FarmToFork*) con aumento delle **risorse pubbliche** del Piano Strategico per il periodo 2023-2027
- ❑ Le esperienze maturate e la **sensibilità per i modelli agricoli sostenibili** spingono le aziende alla conversione
- ❑ Le Istituzioni e le **organizzazioni professionali agricole** hanno «adottato» il biologico
- ❑ Il **quadro normativo europeo e nazionale** disciplina in maniera accurata il settore
- ❑ Attenzione dei **cittadini europei** al cibo sicuro e di qualità
- ❑ **Immagine e valore delle produzioni italiane** nei mercati ricchi dove il biologico ha un'alta incidenza




# Il *punti di debolezza* del bio

- ❑ **Stagnazione del consumo domestico** di prodotti biologici → condizione che accomuna diversi Paesi europei
- ❑ **Inflazione e perdita del potere di acquisto** → i consumatori come strategia di difesa tagliano gli acquisti di cibo
- ❑ **Assottigliamento del differenziale di prezzo all'origine** per molte materie biologiche rispetto alle produzioni convenzionali → rischio uscita aziende
- ❑ **Alto costo e difficile reperibilità dei fattori produttivi** (*in particolare sementi e mangimi biologici*)
- ❑ Forte dipendenza del settore dai sussidi che possono generare anche **fenomeni speculativi e di mera rendita fondiaria**
- ❑ Politiche di **sviluppo regionali difformi** portano a condizioni operative diverse per le aziende biologiche
- ❑ **Strategie della distribuzione moderna** orientate alla promozione delle *private label* del bio più che dell'intero comparto



## Qualche idea per il dibattito

- Accrescere e promuovere il bio nella **ristorazione collettiva** includendo ospedali mense pubbliche e incentivando quelle private
- Azioni di **promozione** del biologico ricorrendo anche a collaborazioni con «ambasciatori» dell'agroalimentare italiano di qualità (*es. cuochi e influencer*)
- Promuovere un'azione sinergica di sviluppo del bio anche con il **coinvolgimento di Istituzioni e altri ministeri** per (*es. Ministero della Salute e dello Sviluppo economico*)
- Migliorare la **gestione delle informazioni** del settore favorire una **semplificazione** delle pratiche amministrative a carico delle aziende
- Valutare un più spinto **indirizzo degli aiuti** alle aziende che certificano favorendo così un maggiore **orientamento al mercato** delle imprese bio
- Soddisfare l'esigenza di nuove pratiche e tecnologie con adeguata **ricerca e sviluppo** (*su genomica e produzione di sementi, meccanica agraria e mezzi tecnici*) favorendo **l'innovazione** dei processi produttivi anche nel bio

A hand is shown holding a glowing globe that features a network of white nodes and lines. The globe is positioned in the center-right of the frame. The background consists of a lush green field of grass and large, vibrant green leaves, some of which are in the foreground, partially obscuring the hand and globe. The overall lighting is bright and natural, suggesting an outdoor setting.

**Grazie per l'attenzione**