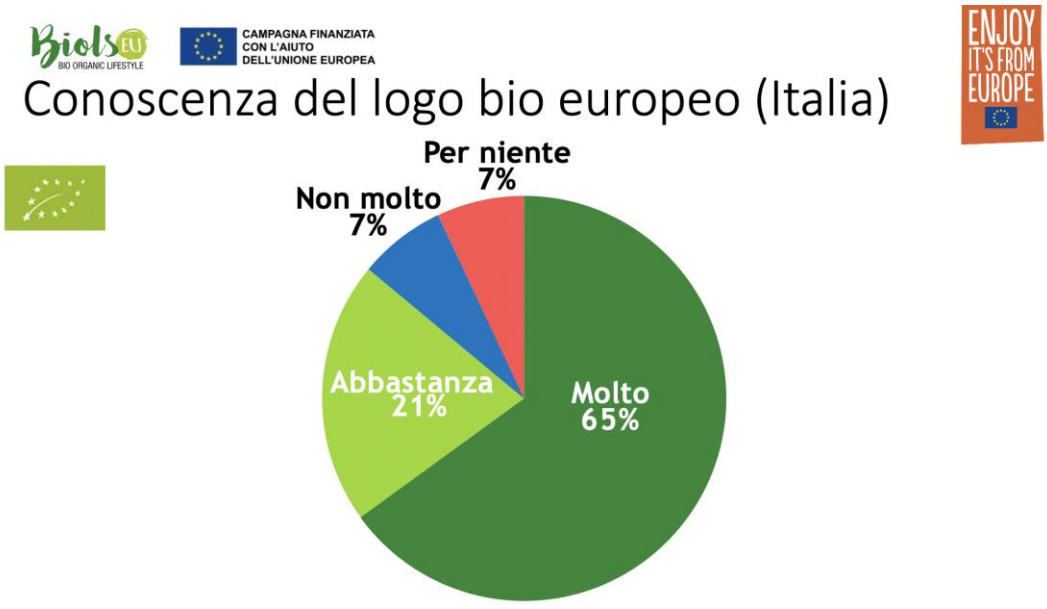
24 Novembre 2020

COMUNICATO STAMPA

Una migliore conoscenza del logo biologico europeo è necessaria per raggiungere gli obiettivi della strategia "dai campi alla tavola"

Una politica di stimolo del mercato può contribuire al raggiungimento degli obiettivi.

Nel periodo 2010-2019, la superficie agricola biologica europea è aumentata del 79%. Sulla base di una stima ottimistica di 19,8 milioni di ettari di terreni agricoli biologici nell'Unione europea nel 2020, la superficie dovrà aumentare del 164% per raggiungere la quota del 25% di terreno coltivabile biologico nel 2030. Si tratta di una sfida enorme, per la quale una politica di stimolazione del mercato risulta essere di vitale importanza. C'è spazio per migliorare la conoscenza del logo biologico europeo e la percezione del cibo biologico in Italia e in altri paesi europei. Questo è stato il compendio di BIOLS.EU alla conferenza stampa organizzata oggi al B/Open.



In Italia la superficie agricola biologica è raddoppiata raggiungendo quasi 2 milioni di ettari nel 2019 rispetto al 2010. In rapporto al 2018, la superficie agricola biologica è aumentata del 2% (fonte:

Ismea-Sinab). In Francia, dove il settore biologico è stimolato dal piano d'azione nazionale "Ambition Bio 2022" del governo francese, la superficie agricola biologica è più che raddoppiata in soli 5 anni. C'è stata anche una crescita sostanziale per tutta l'UE: la superficie biologica è passata da 10 milioni di ettari nel 2010 a 17,9 milioni di ettari nel 2019 (+ 79%).

Sulla base della ricerca Fibl e Internet, Bavo van den Idsert ha calcolato per BIOLS.EU la crescita del 25% di superficie agricola biologica nell'UE necessaria per raggiungere l'obiettivo della strategia "dai campi alla tavola". Tale superficie dovrà passare da 19,8 milioni di ettari (estrapolati) nel 2020 a 52,2 milioni di ettari nel 2030, ovvero una crescita del 164%. Con una crescita ipotizzata pari al 164% per le vendite biologiche, queste aumenteranno di oltre 87 miliardi di euro nel periodo 2020-2030 (da 52,9 miliardi di euro nel 2020 a 140 miliardi di euro nel 2030). BIOLS.EU ha commissionato un'indagine riguardante il ruolo dei consumatori in merito agli aspetti in gioco nell'acquisto di prodotti alimentari in Italia, Francia e Germania. Nell'ambito del *Green Deal* europeo e della strategia "dai campi alla tavola", gli aspetti di interesse del *green* sono "salute/benessere" e "sostenibilità ambientale".
In Italia, il 26% delle persone intervistate afferma che la salute/benessere è il principale criterio che ne determina la scelta d'acquisto di cibo. I consumatori italiani sono un po' più attenti alla salute rispetto ai francesi e ai tedeschi (in Francia: il 17% delle persone intervistate ha risposto che la salute/benessere è il principale criterio di acquisto del cibo; in Germania la percentuale è del 18%). In Italia la sostenibilità ambientale è il principale criterio d'acquisto del cibo per l'8% dei consumatori, il che lo rende più o meno simile a quello dei consumatori francesi (6%) e tedeschi (9%). Alla domanda: "quali informazioni controllare sulla confezione", solo il 5% degli italiani interrogati ha risposto "solo se è biologico"; in Francia e Germania è stato l'11% e il 10%. La percezione del cibo biologico in Italia è che il biologico sia naturale (30%), buono per la salute/il benessere delle persone (22%), di migliore qualità (20%) e più costoso (18%).
In Italia, i consumatori sembrano essere meno sensibili al livello di prezzo più elevato dei prodotti biologici: il 18% degli intervistati afferma che il prezzo (più alto) è ciò che contraddistingue maggiormente il biologico rispetto al cibo convenzionale (in Francia e Germania è rispettivamente il 27 e 29%). Ma ancora: quasi un non consumatore italiano su tre di prodotti biologici non acquista questi articoli perché ritiene che il biologico sia troppo costoso. In Italia, il 65% degli intervistati dichiara di conoscere "molto bene" il logo biologico dell'UE, che è obbligatorio sulle confezioni dei prodotti biologici. A causa dell'assenza del marchio biologico nazionale in Italia, la conoscenza del logo biologico dell'UE è migliore in Italia che in Francia e in Germania, dove esistono invece loghi nazionali (volontari) molto conosciuti.

Secondo Atie van Olst di BIOLS.EU, c'è ancora spazio per un miglioramento. Molto resta da fare per ancorare i vantaggi dell'agricoltura biologica alla consapevolezza dei consumatori. Van Olst

sottolinea che le cifre non sono direttamente confrontabili con quelle di altri studi sui consumatori. In effetti, il sondaggio BIOLS.EU considera non solo gli acquirenti di prodotti biologici, ma anche i non acquirenti. Inoltre, BIOLS.EU cita solo le prime risposte fornite dai consumatori, quindi i diversi aspetti si sommano solo fino al 100%, mentre altri studi includono tutte le opzioni menzionate dagli intervistati: quindi i risultati superano il 100%.

Il Consorzio italiano European Organic Partners (EOP) e l'organizzazione olandese Bionext collaborano dal 2019 al progetto BIOLS.EU, grazie ad un cofinanziamento dell'UE, per promuovere uno stile di vita biologico e far conoscere maggiormente il logo biologico europeo. Tuttavia, per raggiungere gli obiettivi del *Green Deal* europeo e la strategia "dai campi alla tavola" saranno necessarie campagne promozionali molto più estese e numerose nell'UE, ha affermato Roberto Pinton a nome di EOP.
I piani d'azione nazionali per consolidare il cibo e l'agricoltura biologica a livello nazionale avranno sicuramente un'influenza positiva sulla crescita del bio in alcuni paesi specifici. Un nuovo piano d'azione per l'Italia è più che benvenuto e contribuirà sicuramente ad un'ulteriore crescita del biologico, ha affermato Roberto Pinton.

BIOLS.EU (BIOrganicLifeStyle.EU) è un progetto internazionale a cui collabora il consorzio italiano European Organic Partners (EOP) e Bionext (l'organizzazione olandese della filiera biologica). Si tratta di una campagna triennale (2019 - 2021) che si articola con progetti in Germania, Francia e Italia grazie al finanziamento dell'Unione Europea. L'obiettivo principale è quello di promuovere lo stile di vita biologico e contribuire alla consapevolezza del valore aggiunto dei metodi di produzione agricola biologica nell'UE. Seguendo la foglia verde (il logo biologico europeo), i consumatori possono gustare il cibo biologico e vivere in modo sano con il biologico europeo.

Fine del messaggio

Note per gli editori:
Per ulteriori informazioni, contattare Roberto Pinton, e-mail r.pinton@eop.bio, tel. 348 738 0307.

CAMPAGNA FINANZIATA CON L'AIUTO DELL'UNIONE EUROPEA