

La tendenza Quarti in Europa con un mercato da 3 miliardi. Il consumatore tipo è laureato e residente al Nord

Cosmetici, abiti e cibo per animali ecco il carrello della spesa «bio»

Un milione di ettari coltivati «secondo natura». E la domanda aumenta

Un Paese sempre più «bio». Nell'alimentazione, certo. Ma anche nei prodotti per la bellezza e nelle crocchette per animali. O nell'abbigliamento. Lo dicono gli scaffali dei supermercati e lo confermano i numeri. Il cibo biologico nel nostro Paese piace molto: +8,8% nei primi sei mesi di quest'anno rispetto al 2012 — calcola l'indagine Ismea-Sinab —, proprio quando tutto il settore «food» in Italia arretra del 3,7. «È il nono anno consecutivo con segno più»,

dice lo studio. Cifre e tendenze che dominano la 25esima edizione del Sana di Bologna, Salone internazionale del biologico e del naturale che chiuderà domani. Un evento per un mercato che nel nostro Paese genera un giro d'affari annuale di 3,1 miliardi di euro, quarto posto in Europa, dopo Germania, Francia e Regno Unito. Sesto nel mondo. Residente al Nord, laureato, ben retribuito: è il profilo del consumatore-tipo «bio». Che ama la frutta e la verdura, i formaggi e le

uova, i biscotti e i dolci. Se la domanda aumenta, l'offerta non sta a guardare: 1,17 milioni di ettari coltivati secondo il metodo biologico, quasi cinquantamila aziende certificate. «Siamo il primo Paese in Europa come numero di imprese», esulta Coldiretti. E chissà che questo non serva a dare ancora più slancio al «made in Italy»
pagina a cura di **Leonard Berberi**
@leonard_berberi



Uno dei padiglioni del Salone internazionale del biologico e del naturale di Bologna

I controlli

Le regole da rispettare in ogni passaggio della filiera

Impatto ambientale, salubrità, assenza di organismi geneticamente modificati e la garanzia del sistema di controllo. Sono questi i «pilastri» della certificazione europea dei prodotti biologici. Pilastri che consentono di inserire nell'etichetta il logo comunitario: una foglia realizzata con le stelle della bandiera Ue su sfondo tutto verde. Prima che inizi a produrre con certificazione biologica o a lavorare prodotti «bio» l'impresa deve informare un organismo di controllo o l'autorità. A quel punto viene sottoposta a un periodo di «conversione» del terreno. E poi tutto deve essere controllato: i locali e il metodo di produzione. Le modalità di ispezione variano da Paese a Paese. C'è chi istituisce autorità pubbliche e chi, come avviene in Italia, si affida a enti privati certificati. Il nostro ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali fa riferimento a sedici società di controllo: tre di queste sono straniere e possono operare soltanto nella provincia di Bolzano. Poi ci sono gli enti pubblici come le Regioni. Le verifiche devono essere effettuate in ogni anello della catena di produzione. L'obiettivo è chiaro: il consumatore deve essere assolutamente certo di comprare cibo biologico.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A tavola

Frutta e verdura in testa nella grande distribuzione

È la «fetta» più importante del mercato biologico nel nostro Paese. Dalla frutta e la verdura ai latticini, dai biscotti ai dolci e alle merende fino alle uova. Oltre ai punti vendita certificati, l'alimentazione biologica occupa sempre più spazio anche negli scaffali dei supermercati. Non è un caso che la grande distribuzione organizzata abbia creato la sua linea «bio». Il Nord è l'area geografica di riferimento: nel 2012 gli acquisti domestici di prodotti alimentari biologici confezionati coprivano il 70,8% delle vendite totali. Seguono dal Centro (Sardegna compresa) con il 22,3% e il Sud (6,9). L'ortofrutta fresca e trasformata (confetture, succhi) domina quasi un terzo del mercato certificato e tra il 2011 e l'anno scorso ha registrato un altro +8 per cento. Al secondo posto la gamma di prodotti lattiero-caseari (yogurt, latte, burro e uova). Quindi la pasta, il riso e i sostituti del pane. Boom dei biscotti, dei dolci e degli snack che in solo dodici mesi hanno fatto registrare un aumento del 23 per cento. Sul fronte della spesa media annua pro capite, l'indagine Nomisma spiega che per il consumatore «bio» si aggira attorno ai 235 euro soltanto nei punti vendita specializzati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La bellezza

Sapone e crema per le mani Otto su 10 li scelgono «verdi»

Il mercato cresce. Le persone — secondo le ricerche — ci puntano sempre di più. La gamma di prodotti aumenta. Il tutto, però, in un contesto non ancora regolamentato pur in presenza di un mercato che quest'anno si aggira sui 410 milioni di euro. A livello comunitario non esiste ancora una normativa che stabilisca i criteri e gli standard, così come accade per il cibo. Dice l'indagine dell'Osservatorio Sana 2013: il consumatore italiano guarda sempre più i prodotti per la cura della persona e i cosmetici «bio». Sapone (liquido e non), sciampo e bagnoschiuma, creme per le mani e il corpo, trucchi: gli scaffali si riempiono sempre di più. Alla domanda se nell'ultimo anno ha comprato o usato cosmetici e materiale per la cura della persona «bio» o ecologico, più di otto italiani su dieci hanno risposto sì. L'«indice di penetrazione» di questi prodotti, nel nostro Paese, si aggira attorno al 5 per cento. E potrebbe duplicare o triplicare se solo a livello comunitario si arrivasse alla creazione di un unico sistema di certificazione. Del resto è anche quello che vogliono quasi tutti i consumatori italiani: nove su dieci, per la precisione, secondo i calcoli di Nomisma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

A quattro zampe

Crocchette e frullati di carne «Li aiutano a stare in salute»

Crocchette e carne in scatola «bio» anche per Fido. Il mercato, almeno in Italia, in questo caso è ancora agli inizi. Ma i negozi specializzati non mancano. E offrono prodotti non soltanto per i cani e i gatti, ma anche per i pesci, gli uccelli e le tartarughe. «A loro fa benissimo. In particolare per i cani è un tipo di alimentazione che si rifà molto a quella del lupo, il loro progenitore selvatico», spiega l'etologo Danilo Mainardi. Gli effetti positivi: «Un pelo lucido e un'ottima salute. Esistono delle diete dove si abbinano frullati di verdura e carne, anche con l'osso, purché l'osso sia fresco, insomma niente di cotto». Secondo Eurispes nelle abitudini degli italiani vivono almeno quattordici milioni di animali. E il padrone spende per loro circa 30 euro al mese. Un mercato, nel complesso, di 1,6 miliardi di euro. Pollo, riso, piselli, semi di lino, carote, mele, broccoli. E ancora: tonno, vongole, calamari, formaggi, prosciutto e riso. Per il micio c'è anche il patè di pollo, manzo, pesce e vitello. La regola è che tutto deve avvenire con metodi di allevamento e di coltivazione che rispettino le direttive stabilite sia a livello nazionale che comunitario. E, soprattutto, i prodotti devono essere senza additivi chimici, conservanti e tantomeno organismi geneticamente modificati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

76%

La quota di italiani che dichiara di acquistare prodotti biologici almeno due volte al mese

49.709

Gli operatori della filiera «bio» nel nostro Paese tra agricoltori, trasformatori, agricoltori-trasformatori e importatori

3,1 miliardi di euro

Quanto vale in Italia soltanto il mercato del cibo biologico. Dal 2009 al 2011 c'è stato un aumento del 15%

+8,8%

L'aumento dei consumi domestici dei prodotti bio confezionati il primo trimestre di quest'anno rispetto al 2012

1.270

I punti vendita specializzati nel mercato dei prodotti con certificazione biologica

1.167.362 ettari

Le aree dedicate alle colture secondo il metodo biologico nel 2012 (+6,4% rispetto all'anno precedente)

410 milioni di euro

Le stime per quest'anno sugli introiti derivanti dalla sola vendita dei cosmetici biologici

Fonte: Osservatorio Sana 2013, Nomisma, FederBio, Sinab, ministero delle Politiche agricole, BioBank, Ismea/GfI-Eurisko, Confederazione italiana agricoltori

Le nozze

Belén incassa un altro no, si ritira anche «don Spritz»

MILANO — Prima era toccato a don Roberto Cavazzana, adesso è la volta di don Marco Pozza. Entrambi hanno declinato l'invito a celebrare il matrimonio tra Belén Rodríguez e Stefano De Martino previsto per venerdì 20 settembre nel borgo di Comignago, sulle colline a sud del lago Maggiore. «Tropo clamore attorno a un evento che non è una carnevalata», è stato il commento dei due sacerdoti che hanno deciso di farsi da parte. Ma niente paura: i «promessi sposi» avrebbero fatto sapere alle persone a loro più vicine di aver già contattato un altro prelati e di aver ricevuto garanzie sul fatto che celebrerà lui la messa in programma nell'abbazia di Santo Spirito. A far



Coppia Belén e De Martino

discutere, però, è la rinuncia di don Pozza (conosciuto ai più come «don Spritz» per via della sua abitudine di andare a cercare i giovani nei locali della movida di Padova), che giovedì scorso sembrava aver dato la sua disponibilità a benedire lo scambio di anelli più atteso dell'anno. «Non ho mai dato per certa la mia presenza — spiega don Pozza, prete con la passione per il giornalismo — ma ho semplicemente dato la mia disponibilità all'amico parroco don Cavazzana, che ha seguito il loro cammino di preparazione, a celebrare questa cerimonia al posto suo. La mia presenza, come ho fatto presente telefonicamente alla signora Giorgia Matteucci (wedding planner del matrimonio), era legata a una semplice condizione: poter incontrare i due fidanzati personalmente prima del giorno del loro matrimonio. Tale richiesta, fatta giovedì, ha ottenuto soltanto rimandi. Sono venute dunque a mancare le condizioni per fare in modo che un sacramento non venga triturato dal gossip». Don Marco Pozza, che tra le altre cose lavora come cappellano nel carcere di Padova, è convinto di dare una «lezione di stile» con questa scelta: «Per stile intendo un modo di vivere il sacerdozio che sia all'altezza di una scelta fatta per amore nove anni fa». Nessun rimpianto, insomma: «Spero che gli sposi abbiano una vita all'altezza dei loro sogni. A tutti i giovani che guardano a loro come dei modelli auguro di essere sempre protagonisti della loro esistenza».

Antonio Ricchio

© RIPRODUZIONE RISERVATA