



N. 108 - giugno 2019

## La produzione agricola con metodo biologico: una prospettiva europea e comparata

### 1) Il nuovo regolamento sui prodotti biologici: struttura e principali elementi di novità

Approvato in via definitiva il 30 maggio 2018 e pubblicato sulla G.U. del 14 giugno, il [Regolamento \(UE\) 2018/848](#) del Parlamento europeo e del Consiglio relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici abroga il precedente regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio e introduce pertanto una nuova disciplina del settore. Nuova disciplina la cui necessità era rilevata nello stesso regolamento del 2007. Il considerando 9) del nuovo regolamento recita infatti: "Tenuto conto dell'evoluzione dinamica del settore biologico, il regolamento (CE) n. 834/2007 del Consiglio sottolineava la necessità di un futuro riesame delle norme dell'Unione sulla produzione biologica, alla luce dell'esperienza acquisita con la loro applicazione. I risultati di tale riesame effettuato dalla Commissione mostrano che il quadro giuridico dell'Unione che disciplina la produzione biologica dovrebbe essere migliorato per includere norme che corrispondano alle grandi aspettative dei consumatori e garantiscano una sufficiente chiarezza ai loro destinatari."

Il regolamento 2018/848 consta di **61 articoli suddivisi in nove Capi**, cui vanno aggiunti cinque allegati, di cui i primi tre relativi rispettivamente ai prodotti aggiuntivi rispetto a quelli elencati all'articolo 1, cui si applica il regolamento (Allegato I), alle norme dettagliate di produzione (Allegato II) e alle norme relative alla raccolta, all'imballaggio, al trasporto e al magazzinaggio dei prodotti (Allegato III).

Quanto all'articolato:

il Capo I precisa l'oggetto del regolamento (art. 1), l'ambito di applicazione (art. 2) e le definizioni (art. 3);

il Capo II elenca gli **obiettivi** della produzione biologica (art. 4), i **principi generali** sui quali essa si basa (art. 5) e i principi specifici applicabili alle attività agricole e dell'acquacoltura (art. 6), alla trasformazione di alimenti biologici (art. 7) e alla trasformazione di mangimi biologici (art. 8);

Il Capo III - integrato, come già rilevato, dall'allegato II - fissa le **norme generali di produzione** (art. 9); un **periodo di conversione** per "gli agricoltori e gli operatori che producono alghe o animali di acquacoltura", nel quale devono essere applicate "tutte le norme sulla produzione biologica di cui al presente regolamento", senza che i relativi prodotti possano essere commercializzati come prodotti biologici o come prodotti in conversione (art. 10), il **divieto di uso di OGM** (art. 11), le norme di produzione vegetale (art. 12) animale (art. 14), per alghe e animali di acquacoltura (art. 15) per alimenti trasformati (art. 16), per mangimi trasformati (art.

17), per il vino (art. 18), per i lieviti utilizzati come alimenti o come mangimi (art. 19); le modalità di raccolta, imballaggio, trasporto e magazzinaggio (art. 23), le modalità di autorizzazione di prodotti e sostanze utilizzati nella produzione biologica (art. 24) e quelle di autorizzazione da parte degli Stati membri di ingredienti agricoli non biologici per alimenti biologici trasformati (art. 25); gli obblighi e gli interventi in caso di sospetto di non conformità (art. 27); le misure precauzionali per evitare la presenza di prodotti e sostanze non autorizzati (art. 28) e le relative misure da adottare (art. 29);

Il Capo IV fissa le **norme relative all'etichettatura**, e in particolare: l'uso di termini riferiti alla produzione biologica (art. 30); l'etichettatura di prodotti e sostanze utilizzati nella produzione vegetale (art. 31); le indicazioni obbligatorie (art. 32), il logo di produzione biologica dell'Unione europea (art. 33);

Il Capo V disciplina un **nuovo sistema di certificazione** (articoli 34 e 35), disciplinando altresì la **possibilità per gli operatori di radunarsi in gruppi** (art. 36);

Il Capo VI fissa norme relative ai **controlli ufficiali** e agli interventi delle autorità competenti (articoli 37 e 38), nonché norme aggiuntive sugli adempimenti degli operatori e dei gruppi di operatori (art. 39), sulla delega di compiti riguardanti i controlli ufficiali e altre attività ufficiali (art. 40), sugli interventi e sulle misure da adottare in caso di non conformità (articoli 41 e 42) e sullo scambio di informazioni (art. 43);

Il Capo VII disciplina gli **scambi con i Paesi terzi** per quanto attiene all'esportazione di prodotti biologici (art. 44), all'importazione di prodotti biologici e in conversione (art. 45), al riconoscimento delle autorità di controllo e degli organismi di controllo (art. 46), all'equivalenza nell'ambito di un accordo commerciale o a norma del regolamento n. 834/2007 (articoli 47 e 48);

Il Capo VIII e il Capo IX, infine, includono rispettivamente Disposizioni generali e Disposizioni procedurali, transitorie e finali. Tra queste ultime, l'art. 61 stabilisce che il regolamento entra in vigore il terzo giorno successivo alla pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea, **ma si applica "a decorrere dal 1° gennaio 2021", onde consentire agli operatori di adeguarsi ai nuovi requisiti.**

Tra le novità più rilevanti del regolamento - e di maggiore impatto sull'agricoltura biologica italiana - vanno segnalati:

- Il passaggio, per quanto riguarda gli scambi con Paesi terzi, **da un regime di equivalenza a un regime di conformità**, con l'intento di garantire condizioni di parità a tutti i produttori e assicurare ai consumatori livelli qualitativi analoghi per i prodotti UE ed extra-UE. A tal proposito, è stato da più parti rilevato, in sede di analisi del provvedimento, come il suo eventuale beneficio economico potrà essere osservato solamente nel lungo periodo: in primo luogo perché sarà necessario del tempo affinché gli organismi di controllo esteri possano comprendere ed adattarsi al nuovo regolamento; in secondo luogo perché la disposizione prevede un periodo transitorio fino al 2025 durante il quale potrebbe verificarsi un'intensificazione delle importazioni allo scopo di eludere le disposizioni della futura normativa;
- L'introduzione della **certificazione di gruppo**, attualmente riservata esclusivamente ai produttori dei paesi in via di sviluppo, con l'obiettivo di rendere più accessibile l'onerosa certificazione biologica per tutte le aziende di dimensioni ridotte e spesso collocate in aree marginali. Per accedere a queste agevolazioni sarà necessario rispondere a requisiti economici o di superficie. I parametri di superficie prevedono la dimensione massima di 5

ettari di superficie, 0,5 nel caso di serre e 15 nel caso di prati pascoli; i parametri economici prevedono un fatturato di produzione biologica non superiore ai 25.000 euro, output di produzione non superiori ai 15.000 euro o un costo della certificazione che gravi per oltre il 2% del fatturato;

- La possibilità di **controlli biennali piuttosto che annuali** per quelle aziende che hanno rispettato tutti gli standard di produzione nel triennio precedente e dunque presentano una bassa possibilità di non conformità. Questa norma potrebbe comportare una riduzione dei costi legati alla certificazione, ma sicuramente non implicherà riduzioni del carico burocratico a cui sono sottoposte le aziende;
- Il riconoscimento della connessione suolo-pianta come principio fondamentale per il mantenimento della fertilità e della biodiversità del suolo. Su questo punto il nuovo regolamento, dopo l'insorgere di forti contrasti tra gli Stati del Nord Europa e gli Stati della zona mediterranea, **non ha riconosciuto il metodo di produzione fuori suolo come compatibile con il metodo di produzione biologica**. Tuttavia, agli Stati membri che hanno già autorizzato questa pratica (Danimarca, Svezia e Finlandia) sarà concesso un ulteriore periodo di dieci anni per poter avvalersi di questo metodo, senza possibilità di aggiungere nuove superfici a quelle già certificate come biologiche entro il 28 giugno 2017. La deroga per l'utilizzo di questo sistema è frutto delle forti pressioni esercitate dai Paesi nordici, caratterizzati da un clima rigido, impossibilitati nella coltivazione di determinate colture e perciò tagliati fuori da una fetta di mercato;

**La mancata imposizione di un limite massimo per i residui di agrofarmaci** provenienti da contaminazioni accidentali. Il limite italiano, introdotto mediante il DM 309/2011 e pari a 0,01 mg/kg, potrà dunque essere mantenuto a patto che non venga vietata la circolazione di prodotti comunitari che non lo rispettino. La mancata imposizione di una soglia massima è frutto delle fortissime pressioni esercitate da Germania, Olanda e dai Paesi nord-europei, dove il volume di acquisto è maggiore del volume di produzione e la fidelizzazione dei clienti è tale da non indurli a porsi domande in merito all'origine e alle caratteristiche qualitative del prodotto. Si tratta di un nodo problematico per il sistema paese, sia a livello di produttori che di consumatori. I consumatori, che acquistano biologico perché non desiderano residui di agrofarmaci nel loro cibo, non potranno più avere questo tipo di garanzia, e la loro fiducia nell'agricoltura biologica potrebbe diminuire a tal punto da indurli alla scelta di cibi ottenuti con il metodo convenzionale. I produttori invece saranno penalizzati perché i loro prodotti si troveranno a competere con merce potenzialmente non in linea con il disciplinare italiano. Se da un lato l'abrogazione del DM 309/2011 consentirebbe l'omologazione della merce italiana a quella europea, dall'altro comporterebbe un abbassamento degli elevati standard qualitativi che da sempre contraddistinguono il nostro paese.

## 2) L'agricoltura biologica nei principali Paesi dell'Unione europea

In base al recente **Report sull'agricoltura biologica** della Commissione europea ([Report](#) n. 13 del marzo 2019, *Organic farming in the EU - A fast growing sector*), tra il **2010 e il 2017** si è registrato un significativo aumento della superficie agricola dedicata all'agricoltura biologica nei paesi Eu. **La superficie agricola dedicata al biologico ha raggiunto il 7%, con un aumento del 70% rispetto al 2009**, di cui quasi la metà è concentrata in quattro Paesi: Germania,

Francia, Italia e Spagna. Questo riflette le dimensioni del mercato europeo, il secondo dopo gli USA, con quasi **34,3 miliardi di vendite al dettaglio di prodotto biologico nel 2017**. Secondo l'analisi della Commissione, il crescente consumo interno ai Paesi europei è complementare a un massiccio aumento dell'import. La forza trainante di questa crescita, secondo il report è legata al prezzo, perché **i prodotti sono commercializzati con una maggiorazione che arriva fino al 150%**, se paragonati ai non biologici. Di contro, la resa media delle aziende agricole biologiche è inferiore dal 40% (Germania) all'85% (Italia), rispetto alle convenzionali. Queste differenze di rendimento non sono comunque costanti: nel settore del latte bio, per esempio, i volumi produttivi sono più in linea con la media delle colture convenzionali. Il report ha rilevato che la ricerca e l'innovazione contribuiscono all'evoluzione del settore e nuove efficienti pratiche biologiche stanno avendo un impatto significativo sulla resa produttiva.

Complessivamente, nel **2016 c'erano quasi 250mila aziende agricole biologiche nei Paesi Eu** e il numero totale di aziende agricole bio è in aumento. Sono nati **14mila nuovi operatori tra il 2010 e il 2017**, il dato è stato parzialmente ridotto da alcuni produttori biologici ritornati all'agricoltura convenzionale. Il motivo di questa riconversione è da imputare principalmente alla mancanza di domanda locale, eccesso di burocrazia, alti costi di certificazione e raccolti negativi.

**Le importazioni di alimenti biologici in Ue sono arrivati a 3,4 milioni di tonnellate nel 2018**. La Cina è il principale fornitore con oltre 415mila tonnellate di produzione fornite al mercato europeo, pari al 12,7% del mercato totale. Anche Ecuador, Repubblica Dominicana, Ucraina e Turchia hanno significative quote di mercato. Le importazioni costituiscono una parte importante del mercato per i prodotti biologici e aumentano la scelta dei consumatori perché spesso forniscono prodotti assenti o difficilmente coltivabili in Europa. Particolarmente significativa la domanda di frutti tropicali, spezie e frutta secca, oltre a cereali e riso bio.

In **Francia** l'approccio biologico, nato negli anni '20 come indirizzo etico-filosofico, si è diffuso, soprattutto nel settore dell'agricoltura a partire dagli anni '70, nel quadro dei più ampi mutamenti sociologici di quegli anni.

Il governo francese, nel 1981, ha raccolto tale istanza istituendo una Commissione nazionale incaricata dell'organizzazione dei metodi di produzione e dei capitoli produttivi, le cui norme e principi sono ripresi dal Regolamento CE 2092/91, sostituito dal Regolamento CE n. 834/2007 e dal Regolamento CE n. 889/2008 sulle principali modalità di applicazione. Negli ultimi anni il metodo biologico è stato adottato anche nell'allevamento, nella cosmesi e nella produzione di saponi e detersivi, riscontrando un sempre maggiore successo tra i consumatori. Ciò nonostante il settore di maggior rilievo nella produzione biologica resta quello agricolo che si differenzia, rispetto a quello tradizionale, per l'applicazione di specifiche pratiche rispettose degli equilibri biologici, della preservazione dei suoli, dell'utilizzo controllato delle risorse naturali e dell'autonomia degli agricoltori ed è parte integrante dell'approccio globale a metodi agricoli sostenibili. La produzione agricola biologica in Francia è identificata con cinque loghi ufficiali che attestano la qualità e l'origine dei prodotti. Il logo AB – Agricoltura Biologica, conosciuto comunemente dal consumatore francese come logo "BIO" garantisce la qualità legata ad un modo di produzione rispettoso dell'ambiente e del benessere animale.

Dal 2010 l'apposizione del logo BIO europeo sull'etichetta del prodotto è diventato obbligatorio per tutti gli alimenti pre-imballati di origine europea e composti da almeno il 95% di ingredienti biologici. È apposto sugli imballaggi dei prodotti ed è accompagnato, nel medesimo

campo visivo, dal numero di codice dell'organismo certificatore e dalla menzione dell'origine delle materie prime agricole. A partire dall'introduzione dell'etichetta europea, il logo francese AB è facoltativo, ma il produttore francese ha tendenza ad apporlo perché più riconoscibile dal consumatore.

Dalla prima metà degli anni '90 ad oggi, la produzione agricola biologica francese ha conosciuto una crescita importante e costante. Nel 1995 i produttori francesi erano 3.602 per una superficie coltivata pari a 117.955 ettari. Alla fine del 2016 i produttori erano 36.691, ossia l'8,26% delle aziende agricole francesi (+14% rispetto al 2016) per una superficie totale di 1.777.727 ettari (+16% rispetto al 2016), di cui 1.259.464 ettari certificati BIO+ e 518.263 ettari in corso di conversione, equivalente al 6,6% dell'estensione territoriale agricola francese (SAU – Superficie Agricola Utile). Dal 2007 al 2014 le superfici BIO sono aumentate di oltre l'85% e il numero di produttori è più che raddoppiato. Nel 2017 è stato, inoltre, registrato un forte aumento delle superfici certificate BIO+ (19% vs 2016) ed i tassi di incremento più importanti riguardano i legumi secchi e le piante proteiche.

Il sistema produttivo dell'agricoltura biologica comprende, oltre all'agricoltura, anche l'allevamento secondo i rigidi protocolli produttivo-qualitativi previsti dalla normativa europea. Un terzo delle aziende agricole biologiche francesi ha almeno un allevamento biologico. Nel 2017, sono stati registrati 14.618 allevamenti BIO (+7% rispetto al 2016), di cui il più importante è quello bovino.

Rispetto alla filiera dell'apicoltura biologica, secondo i recenti studi realizzati da Agence BIO e dalla Fédération National d'Agriculture Biologique, nel 2017, in Francia sono stati censiti 596 apicoltori certificati BIO con un incremento, rispetto al 2016, del 9% per un totale di circa 111 mila alveari, corrispondenti al 15,3% della totalità degli alveari Francesi. La Francia si colloca infatti al terzo posto a livello Europeo per la produzione di miele BIO con il 12% della produzione europea, preceduta dalla Bulgaria (28%) e dall'Italia (21%). Nel 2015, ultimi dati pubblicati da Agence BIO, la Francia ha infatti prodotto oltre 3.700 tonnellate di miele BIO per un valore complessivo di circa 42 milioni di euro. Le regioni maggiormente interessate dagli allevamenti biologici di api sono l'Occitanie e l'Auvergne-Rhône-Alpes che da sole accolgono il 50% degli alveari biologici di Francia. Per quanto riguarda i canali distributivi, il 84% degli apicoltori biologici francesi preferisce la vendita diretta dei propri prodotti o direttamente in fattoria (60%), o nei mercati (46%) o durante le fiere (32%). Il restante 16% preferisce la vendita all'ingrosso. I circuiti di vendita maggiormente utilizzati, in valore di scambi, sono la vendita in diretta (59%), la vendita di medie forniture (36%) e la vendita in fusti (5%). L'aumento di produzione di miele e degli altri prodotti derivanti dall'apicoltura biologica non è però sufficiente a soddisfare il mercato francese che negli ultimi anni ha visto aumentare sensibilmente la domanda di questi prodotti. I principali paesi di importazione sono l'Italia, la Spagna, l'America latina e la Cina. Infine il prezzo medio di vendita di miele biologico, nel 2017 in Francia, si è attestato tra gli 8 gli 12 euro al kg.

Complessivamente, il numero di operatori del comparto biologico in Francia (produttori, preparatori, distributori e importatori) è pari a 54.044 unità (+14,7% rispetto all'anno precedente). Di questi 36.691 sono produttori (+13,7% vs 2016), 12.286 preparatori (15,9%), 4.783 distributori (+19,1%) e 284 importatori. Tra i principali settori di produzione francesi si possono ricordare: - la panetteria e la pasticceria con una distribuzione omogenea sul territorio; - le bevande e in particolare il vino con concentrazioni maggiori nelle Regioni Languedoc-Roussillon, nella Regione PACA (Provence-Alpes Côte d'Azur) e in Aquitania; - i prodotti a base d'olio, soprattutto nella Regione PACA; - l'acquacoltura, con valori assoluti tuttavia ancora modesti (allevamento di salmoni per l'affumicatura e crostacei in Bretagna); - il settore della

carne, con una distribuzione omogenea sul territorio e alcune concentrazioni nelle zone tradizionali di allevamento quali Midi-Pyrénées, Aquitania e Bretagna.

Circa il 60% delle superfici destinate all'agricoltura e all'allevamento biologico in Francia è localizzato in 4 regioni: l'Occitania (8.164 aziende agricole e 422.319 ha), l'Alvernia-Rodano-Alpi (5.377 aziende agricole e 235.641ha), la Nuova Aquitania (5.327 e 227.352 ha) e i paesi della Loira (2.927 aziende agricole e 171.081 ha). Le stesse quattro regioni ospitano, inoltre, il 40% dei preparatori e dei distributori certificati BIO.

La Francia risulta essere il secondo paese consumatore di prodotti BIO in Europa, dopo la Germania. Negli ultimi cinque anni il valore del mercato dei prodotti biologici è più che raddoppiato passando da un fatturato complessivo di 4,189 miliardi di euro nel 2012 agli oltre 8,393 miliardi nel 2017, facendo registrare un aumento di 1.2 miliardi nell'ultimo anno (+17% vs 2016). Degli oltre 8 miliardi di euro nel 2017, 7,921 miliardi (+18% vs 2016) sono stati spesi per il consumo di prodotti biologici a domicilio, che corrisponde a circa il 4,4% del consumo generale di prodotti alimentari. I restanti 452 milioni di euro sono stati invece spesi per la consumazione di prodotti BIO nei ristoranti (246 M€ +7% vs 2016) o nella ristorazione collettiva (206 M€ +13% vs 2016).

Il settore può contare su una domanda strutturale forte che dipende dalla costante attenzione del consumatore al benessere e alla salute. Per il consumatore francese, infatti, il biologico risponde alle caratteristiche di prodotto naturale, salutare e di qualità. Questa tendenza si è inoltre rinforzata a seguito dei recenti scandali alimentari (il fipronil nelle uova e il bisfenolo nei sacchetti di plastica ad uso alimentare) ed in generale all'uso massivo di pesticidi e fertilizzanti chimici nelle coltivazioni tradizionali. La produzione biologica francese permette di soddisfare il 71% del consumo nazionale (+2% rispetto al 2016). In altre parole, i 3/4 dei prodotti biologici o materie prime utilizzati in Francia sono di origine francese ed in alcuni casi rappresentano percentuali molto più alte e vicine al 100% (le carni, le uova e il vino). Tutti i generi alimentari biologici hanno fatto registrare nel 2017 un aumento del fatturato derivante dalla loro vendita rispetto all'anno precedente. I prodotti più acquistati sono il vino (998 M€); la gastronomia dolce (975 M€); la gastronomia salata (889 M€); la frutta (785 M€); gli ortaggi (721 M€); i prodotti lattiero caseari (568 M€); i prodotti freschi da forno (546 M€) e le uova (390 M€).

Analizzando invece le percentuali di crescita annua del valore di acquisto dei singoli prodotti, si evince che i prodotti "traiteur" sono quelli che hanno fatto registrare l'aumento più significativo (+33,9%). Ciò è dovuto alla nuova tendenza dei consumatori francesi di ricercare i prodotti BIO anche nei piatti già pronti. Gli altri prodotti che hanno fatto registrare un aumento di oltre il 20% nel 2017 sono: la birra e le altre bevande alcoliche, escluso il vino (+25,9%); i succhi di frutta (22,6%); la gastronomia salata (22,3%); i prodotti surgelati (22%); i prosciutti e i salumi (22%) e il vino (21%). Il comparto che sembra dunque crescere più velocemente è quello del vino e delle bevande alcoliche. Quello che, al contrario, ha fatto registrare la crescita minore nel 2017 è stato il latte (0,6%). La frutta fresca merita un approfondimento specifico in quanto gran parte del fatturato di questa categoria dipende dall'acquisto di banane ed arance, prodotti praticamente coltivati in Francia, i cui approvvigionamenti dipendono quindi quasi totalmente dall'importazione. Infine, bisogna rilevare come, rispetto alla generalità dei prodotti alimentari, circa il 30% delle uova acquistate sono di origine BIO, così come il 12% del latte e il 7% della frutta e della verdura fresche.

Con l'ampliarsi del volume e delle specialità dei prodotti biologici, l'Agence BIO, organismo pubblico preposto alla regolamentazione del settore, ha avviato sin dal 2003 uno studio

annuale per approfondire le tipologie di prodotti, le abitudini di acquisto e la consapevolezza del consumatore BIO. Tale studio, denominato “Barometro BIO”, contribuisce inoltre ad approfondire le motivazioni e gli eventuali ostacoli al consumo di prodotti biologici, oltre che a misurare la notorietà dei differenti marchi e loghi che contraddistinguono il prodotto BIO. L’ultima edizione dell’indagine “Barometro BIO” è stata pubblicata a febbraio 2018 ed è stata condotta attraverso la somministrazione di questionari, secondo la metodologia WAPI (interviste personali assistite via web), ad un campione di 1002 persone rappresentative della popolazione francese. Il 92% degli intervistati ha dichiarato di aver consumato prodotti biologici almeno una volta nel corso dell’ultimo anno, il 73% di averne consumato nell’ultimo mese, mentre il 16% sostiene di consumarne tutti i giorni.

La **Germania** contava nel 2016 un totale di 26.855 aziende (+ 8,6% rispetto ai dati statistici rilevati nel 2015) attive nella produzione di prodotti alimentari biologici, corrispondenti ad una quota del 9,7% sul numero complessivo delle aziende del settore agricolo all’interno del territorio tedesco. Il 52% delle aziende del comparto biologico fa parte di associazioni di categoria tedesche per la certificazione di prodotti biologici (Bioland, Naturland, Demeter, Biokreis, Biopark, Gää, Ecovin, Verbund Ökohöfe, Ecoland). Il restante 48%, invece, è in possesso della certificazione biologica europea. Gran parte delle aziende del settore biologico sono situate in Baviera e in Baden-Württemberg, nell’Assia e nella Renania Settentrionale-Vestfalia.

Nel 2016 la superficie dedicata alla coltivazione biologica in Germania ha mostrato un incremento dell’8,9% per un totale di 1.185.471 ettari, con una quota del 7,1% rispetto alla superficie complessiva destinata all’agricoltura in Germania. Il 67,1% della superficie adibita alla coltivazione di prodotti biologici viene gestito dalle aziende facenti parte delle associazioni di categoria per il comparto biologico. Le aree agricole più estese destinate alla coltivazione biologica si trovano in Baviera e in BadenWürttemberg, nel Brandeburgo e nel Meclemburgo – Pomerania.

Il mercato tedesco dei prodotti biologici rappresenta il mercato più rilevante, per fatturato, in Europa. Tuttavia, relativamente alla spesa media pro capite annuale per l’acquisto di prodotti alimentari biologici, i Paesi nordici, la Svizzera e l’Austria mostrano delle cifre più alte rispetto alla spesa media del consumatore tedesco, che ammonta a circa 105 euro. Nel 2016 i consumatori tedeschi hanno acquistato prodotti alimentari e bevande biologici per un totale di 9,4 miliardi di euro, con un aumento del 9,9% rispetto al volume totale degli acquisti nel 2015. L’andamento del fatturato per il settore dell’alimentare biologico in Germania ha mostrato negli ultimi decenni, ad eccezione di una breve fase involutiva nel 2008, un andamento in costante crescita.

Nonostante il trend del “biologico” all’interno del mercato tedesco lasci ancora ampio spazio all’innovazione, se comparato con molti altri segmenti ormai saturi del settore alimentare e bevande, la quota del fatturato derivante dalla vendita in Germania di prodotti alimentari e bevande biologici, sul fatturato totale del settore alimentare, rimane limitata (4,7% nel 2015 e 5,3% nel 2016).

Sempre più consumatori in Germania sperimentano diete alimentari diverse (vegana, vegetariana e flessitariana) e prodotti alternativi mirati per intolleranze alimentari. Nel 2015, i vegetariani in Germania hanno raggiunto i 7,8 milioni di individui, mentre i consumatori con dieta vegana hanno raggiunto la cifra di 1 milione di individui. Le vendite all’interno del mercato tedesco di prodotti alimentari senza lattosio e senza glutine hanno visto un aumento negli ultimi quattro anni rispettivamente del 31,4% e del 28,3%, mentre il fatturato derivante dalle vendite di alimenti sostituiti della carne hanno mostrato un aumento nel periodo in questione del 99%.

Il giro d'affari dei prodotti "super-food" in Germania ha visto un incremento nel 2016 dell'85% rispetto ai dati rilevati nel 2015.

Lo sviluppo del mercato dei prodotti alimentari biologici, regionali e fair trade in Germania è stato fortemente agevolato dalla veloce ed efficace reazione ai nuovi trend di consumo della GDO tedesca, che ha introdotto nel proprio assortimento tali prodotti a prezzi altamente competitivi e di buona qualità, raggiungendo, dunque, una fetta sempre più estesa di consumatori. Oggigiorno, anche le catene dei principali discount tedeschi Lidl e Aldi vantano un assortimento di prodotti private label biologici, fair trade e regionali che spazia dal segmento ortofruttilicolo, ai prodotti da forno, ai latticini, alla carne e alle bibite. Nel 2016, il fatturato derivante dalla vendita di prodotti biologici in Germania ha raggiunto i 9,4 miliardi di euro, mentre il fatturato derivante dalla vendita di prodotti fairtrade ha raggiunto 1,1 miliardi di euro, con un aumento rispetto al 2014 del 40%. Nello specifico, le categorie di prodotti alimentari fair trade maggiormente commercializzate all'interno del mercato tedesco sono caffè, frutta tropicale, gelato, prodotti dolciari e cioccolata, succo di frutta, bevande fredde a base di latte, zucchero, tè, miele, vino e riso.

Dai dati statistici emerge un'evoluzione positiva delle abitudini d'acquisto del consumatore tedesco nel periodo 2009 – 2013, con un aumento molto rilevante della sensibilità per le tematiche etico sociali legate al processo produttivo dei prodotti alimentari. Mentre la tendenza all'acquisto di prodotti regionali è presente da diversi anni in Germania, soprattutto nelle aree extra urbane, il trend del "biologico" ha visto un recente sviluppo, ed è in un certo senso, tuttora in una fase di espansione. La frequenza d'acquisto di prodotti regionali da parte del consumatore tedesco ha mostrato un andamento stabile nell'ultimo quinquennio, con una percentuale notevole della popolazione tedesca, che acquista abitualmente prodotti regionali. Le vendite di prodotti alimentari biologici in Germania hanno, invece, registrato un andamento più dinamico nel periodo 2010 -2015, con un rilevante aumento, negli ultimi anni, della frequenza di acquisto dei consumatori tedeschi di prodotti alimentari biologici. Se da un lato 1,1 milione di consumatori in Germania ha acquistato nel 2015 quasi esclusivamente prodotti biologici, i consumatori "occasionalni" di prodotti biologici hanno raggiunto, nell'anno in questione, i 20 milioni di persone.

Il consumatore tedesco "tipo" di prodotti biologici è un consumatore occasionale, che acquista prodotti biologici perché influenzato dalle offerte presenti presso il rivenditore abituale, più che sulla base di convinzioni etico sociali e abitudini nutrizionali. Anche il reddito, il sesso e il luogo di residenza sono fattori che incidono sulle scelte di acquisto di prodotti alimentari biologici del consumatore tedesco.

La quota di consumatori di prodotti biologici è più elevata nelle grandi città e nella zona urbana. La tendenza all'acquisto abituale o esclusivo di prodotti biologici è più diffusa tra i consumatori tedeschi con livello di formazione medio e alto.

La certificazione del prodotto biologico rappresenta un elemento rilevante nel processo di acquisto per il 12% dei consumatori tedeschi. Per il 54% degli acquirenti di prodotti alimentari biologici, invece, la presenza di una certificazione bio influenza solo relativamente le scelte d'acquisto, mentre il 34% dei consumatori tedeschi è indifferente alla presenza di una certificazione bio sul prodotto da acquistare. Le ragioni principali alla base delle scelte d'acquisto di prodotti alimentari biologici da parte del consumatore tedesco sono da ricondurre al trattamento degli animali, alla presenza ridotta di additivi e coadiuvanti nei prodotti biologici, alla sosteni-



bilità dell'ambiente e delle aziende locali. Le ragioni principali per il mancato acquisto di prodotti alimentari biologici da parte del consumatore tedesco riguardano, invece, il prezzo, la scelta contenuta di prodotti, la fedeltà al prodotto di uso abituale, l'assenza di prodotti bio presso il commerciante abituale.

Oggi giorno, una buona fetta del settore del commercio al dettaglio di prodotti alimentari in Germania è in mano a grandi gruppi multinazionali, molti dei quali sono presenti sull'intero territorio nazionale ed esercitano la duplice funzione di grossista e dettagliante. Ciò permette loro di incidere notevolmente sui prezzi e sulla gamma di prodotti commercializzati non solo nei punti vendita delle proprie catene ma anche in quelli di clienti dettaglianti indipendenti. Le piccole imprese di proprietà familiare sono quasi completamente sparite, ovvero continuano la propria attività commerciale come affiliate delle grandi catene. Tra i leader della grande distribuzione organizzata nel settore alimentare in Germania spiccano Edeka, Rewe Gruppe, Schwarz Gruppe, e Aldi che insieme detengono una quota sul fatturato dell'intero settore alimentare del 66,9%. Tra le catene di prodotti biologici, Dennree e Alnatura hanno registrato un fatturato complessivo nel 2015 rispettivamente di 872 milioni di euro, con un aumento rispetto al 2014 del 15,3% e di 821 milioni di euro (+7,2%). Seguono Weiling con 216 milioni di euro (+12,5%), Basic e Bio Company con un fatturato totale rispettivamente di 152 milioni di euro (+10,9%) e 146 milioni di euro (+18,7%). Il grafico sotto riportato mostra l'espansione notevole all'interno del mercato tedesco delle principali catene della GDO specializzata nella vendita di prodotti alimentari biologici nel periodo 2010-2015.

Le vendite di prodotti alimentari biologici in Germania presso rivenditori al dettaglio della GDO (incluse drogherie) hanno raggiunto nel 2016 i 5,4 miliardi di euro (+14,6% rispetto al 2015) mentre le vendite presso aziende agricole/negozi al dettaglio specializzati nella vendita di prodotti naturali hanno raggiunto nell'anno in questione 2,8 miliardi di euro (+5%). Le vendite presso panifici, macellerie, fruttivendoli, mercati settimanali hanno raggiunto 1 milione di euro (+2,2%). Nel 2016, la GDO vantava una quota sul fatturato totale derivante dalla vendita di prodotti alimentari biologici all'interno del mercato tedesco del 58%, mentre i negozi al dettaglio specializzati hanno raggiunto una quota del 30%. Il supermercato e il discount rappresentano oggi giorno i principali canali di acquisto di prodotti alimentari biologici in Germania. Tale sviluppo è dovuto principalmente alla graduale introduzione nell'assortimento delle catene della GDO tedesca di una grande varietà di prodotti biologici a prezzi altamente competitivi e con un ottimo rapporto qualità/prezzo. Il maggiore interesse del consumatore tedesco per i prodotti biologici ha, infatti, incentivato gli attori della GDO tedesca all'adozione di nuove strategie commerciali finalizzate all'assorbimento di prodotti biologici sia di marchio conosciuto che, data la scarsa sensibilità al marchio del consumatore tedesco, private label.

I dati statistici relativi al mercato estero di prodotti alimentari biologici della Germania non sono di facile reperimento e, molto spesso, non sono attuali. Secondo il rapporto dell'Istituto di ricerca AMI, la crescente domanda, all'interno del mercato tedesco, di prodotti agroalimentari biologici destinati ai consumatori finali e all'allevamento determina un progressivo aumento della quota delle importazioni del settore dall'estero. Tra i prodotti agroalimentari biologici che presentano una quota di import tedesco dall'estero elevata, le importazioni tedesche dall'Italia più consistenti risultano essere: grano, farro, riso, mais, mele e in misura più contenuta carote, pomodori, fragole e uova.

La **Spagna** si colloca al quinto posto a livello mondiale e al primo in ambito europeo nella graduatoria della superficie dedicata all'agricoltura biologica. L'85% della produzione locale è di origine vegetale ed il 15% di origine animale. Circa la metà della produzione spagnola di

prodotti biologici è destinata all'esportazione. Il mercato interno di questi prodotti non si è sviluppato in linea con la capacità produttiva esistente: o fatturato intorno ai 1.500 milioni di euro; o quota dell'1,51% della spesa alimentare complessiva del paese; o consumo pro-capite (32,3 € persona/anno) molto inferiore a quello di altri mercati.

Quanto alla produzione, secondo i dati pubblicati dal MAGRAMA (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente), la superficie dedicata in Spagna all'agricoltura biologica ha raggiunto 1.968.570 ettari nel 2015, segnando un incremento del 18,4% rispetto all'anno precedente. La distribuzione geografica di questa superficie colloca al primo posto l'Andalusia che rappresenta il 51,4% del totale, seguita da Castilla-La Mancha (18,6%), Catalogna (7,2%) e Extremadura (4,7%).

Per tipologia di colture il 51,5% della superficie biologica complessiva è destinata a quelle permanenti (29,5%), seguono nell'ordine pascoli e prati (25,5%) e terreni seminativi (23%). Nella categoria delle colture permanenti spiccano: olivo, frutti secchi e vigneti, seguiti a distanza da agrumi e alberi fruttali; nel gruppo dei terreni seminativi le principali colture sono cereali, legumi e proteaginose per la produzione di grano; infine, tra gli ortaggi biologici sono quelli da foglia da taglio i più rilevanti a livello di superficie coltivata.

Nel settore dell'allevamento biologico il numero di aziende ha raggiunto nel 2015 (ultimi dati disponibili) le 7.550 unità, segnando un incremento annuo del 24,2%. L'Andalusia mantiene la prima posizione, con una quota del 65,7% del totale delle imprese, seguono Catalogna (10,5%), Isole Baleari (3,8%), Extremadura, Galizia e Asturie con una quota del 3,5% ciascuna. Gli allevamenti bovini — con una quota del 46,5% — concentrano il maggior numero di società di allevamento biologico; al secondo posto si trovano quelli ovini (28,7%) seguiti da: caprini (10,3%), equini (6%), pollame (3,9%), apicoltura (2,4%) e suini (2,1%). La produzione di carne biologica si è attestata sulle 28.839 t di cui il 62,7% corrisponde al segmento dei bovini ed il 28,9% a quello degli ovini, le restanti tipologie detengono quote molto più ridotte.

Altre produzioni biologiche significative di origine animale sono il latte crudo (23.900 tonnellate), i formaggi (715 tonnellate), le uova (48 milioni di uova) ed il miele (910 tonnellate). Da segnalare, infine, che l'acquacoltura biologica ha un volume di produzione di 2.710 tonnellate.

Sulla base degli ultimi dati disponibili (2015) nel settore del biologico naturale operano in Spagna un totale di 34.670 produttori di cui l'85,8% svolge la sua attività nel segmento dell'agricoltura, il 5,6% nell'allevamento di animali ed il restante 8,6% combina entrambe le attività; ci sono, inoltre, 47 centri di produzione in acquacoltura biologica.

Per quanto riguarda le attività industriali legate all'agricoltura biologica, l'ultimo censimento offre un totale di 4.960 aziende, di cui il 36% si concentra nella lavorazione e conservazione di frutta e ortaggi, seguono: produzione di bibite (19,5%), lavorazione di altri prodotti alimentari di origine vegetale (17,9%), lavorazione di oli e grassi vegetali (14,4%), fabbricazione di prodotti da forno e farinacei (9,8%), fabbricazione di prodotti della macinazione, amidi e prodotti amidacei (1,2%) e produzione di mangimi (1,04%).

L'Andalusia rappresenta il 25,2% di queste industrie, seguono nell'ordine: Comunità Valenciana (17,2%), Catalogna (15,9%) e Castilla-La Mancha (10,5%).

Sulla base dei vari studi realizzati, salute, sicurezza e rispetto per l'Ambiente sono le principali motivazioni dei consumatori per l'acquisto di alimenti e bevande di origine biologica. La Spagna, nonostante le sue privilegiate condizioni per la produzione biologica, non è riuscita ancora a sviluppare il consumo di questi prodotti. Infatti, il paese iberico si colloca al penultimo posto nel ranking europeo, con una media stimata di 32,3 € per persona all'anno, valore molto lontano dai

165 € della Danimarca. Alla base di questa situazione si trovano, da una parte, gli elevati prezzi dei prodotti biologici e, dall'altra, la scarsa penetrazione degli stessi nei canali della grande distribuzione. Il punto debole della struttura aziendale del settore in Spagna è lo scarso sviluppo dell'industria della trasformazione e dei canali di distribuzione dei prodotti biologici.

La vendita di prodotti biologici negli ipermercati e supermercati spagnoli ha raggiunto nel 2016 i 214,5 milioni di euro, segnando un incremento del 17,02% rispetto all'anno precedente; in volume (85.044,4 t) la crescita è stata del 20,5%. Questi dati confermano l'andamento positivo del settore già iniziato nel 2014, una volta superata gran parte della situazione congiunturale negativa vissuta dal paese, ed a cui hanno contribuito la crescente consolidazione di questi prodotti nella GDO, la progressiva diversificazione del catalogo di prodotti e l'ottimizzazione della costosa rete logistica in un ambiente industriale di piccoli produttori.

Il principale canale di distribuzione di prodotti biologici in Spagna continua ad essere il negozio specializzato che si concentra soprattutto nelle regioni con maggiore capacità di acquisto (Catalogna, Madrid, C. Valenciana). Si è verificato, inoltre, un significativo incremento della vendita diretta di questi prodotti, che si è posizionata come alternativa ai negozi specializzati ed ai canali di distribuzione convenzionali. Da segnalare, inoltre, l'aumento dei gruppi di consumatori che hanno sviluppato la loro struttura e capacità di offerta diventando, in alcuni casi, veri e propri gruppi di acquisto centralizzato sia di prodotti freschi che di prodotti confezionati incrementando, pertanto, la capacità di soddisfare le necessità dei loro clienti.

L'analisi del commercio estero di prodotti biologici presenta particolari difficoltà data l'assenza di dati statistici specifici in materia. Sulla base dei rapporti annui del MAGRAMA (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente), l'andamento delle esportazioni e importazioni spagnole di questi prodotti è stato positivo negli ultimi anni, attestandosi sui 778 milioni di euro e sui 431 milioni di euro rispettivamente. La frutta, gli ortaggi e i legumi sono i prodotti più esportati dalla Spagna rappresentando circa il 60% del totale, al secondo posto si trovano oli e vini con una quota di circa il 30%. Per quanto riguarda le importazioni, il ranking merceologico è capeggiato dai derivati dal grano e dalla soia che detengono una quota tra il 25% e il 30%, seguono i mangimi e le materie prime per le industrie biologiche (20%-25%) e i prodotti per alimentazione infantile, dietetici e bevande energetiche (15%-20%). Il 90% dell'export spagnolo di prodotti ecologici è destinato all'UE (Germania, Francia, Regno Unito, Italia, Svezia e Paesi Bassi, tra gli altri); il restante 10% viene venduto in paesi extra-UE, principalmente in Stati Uniti, Cina, Corea del Sud ed Australia per lo più in forma di vino, olio o conserve vegetali.

Per quanto riguarda le importazioni, la Spagna acquista prodotti trasformati dalla Germania, Francia, Paesi Bassi ed Italia soprattutto mentre altri prodotti organici o materie prime ecologiche provengono principalmente dagli Stati Uniti, America Latina, India ed Indonesia.

**I Paesi Bassi** nel 2016 detenevano 52 mila ettari di superficie agricola biologica, mentre alla fine del 2017 ne possedevano circa 60 mila.

Storicamente, principalmente a causa della carestia sofferta durante l'ultima Guerra Mondiale e dell'esplosione demografica registrato nel dopoguerra, l'attenzione dell'agricoltura olandese si era concentrata verso una produzione intensiva: tramite aziende agricole specializzate di grandi dimensioni e l'utilizzo di concimi chimici e fitosanitari, si era riusciti ad ottenere produzioni di massa, che rendevano la terra sempre più povera.

La nascita dell'agricoltura biologica è stata una reazione a questa situazione: in effetti, il punto di partenza per gli agricoltori biologici era quello di evitare l'uso di prodotti "non naturali". Solo in un secondo tempo, il concetto "biologico" ha conseguito un certo successo presso

un gruppo, all'epoca ancora ristretto, di consumatori interessati. Fino al 2007, gli obiettivi del Governo olandese erano di ottenere una superficie dedicata all'agricoltura biologica pari al 10% della superficie agricola totale. Nonostante una serie di misure per incoraggiare le conversioni, nel 2007 si era arrivati solo al 2,1% della superficie totale. Pertanto, il Ministero competente (EL&I – Economia, Agricoltura e Innovazione), dopo aver sentito le associazioni di categoria, decise di sostituire l'obiettivo della crescita del 10% della superficie con:

- l'aumento del 10% annuo della quota del biologico nel canale distributivo alimentare;
- l'aumento del 5% annuo della superficie dedicata alla coltura biologica.

Da rilevare tuttavia che ormai nei Paesi Bassi i prodotti biologici vengono considerati come facenti parte di una categoria più vasta, che nel suo insieme fa registrare sviluppi positivi di anno in anno, quella dei prodotti sostenibili, per i quali, nella fase di produzione, viene tenuto conto di parametri più severi di quelli previsti dalla normativa in vigore in materia di rispetto per l'ambiente e di benessere degli animali. D'altronde, per rispondere alla domanda interna di alcune tipologie di prodotti biologici, quali i lattiero-caseari, i cereali e la frutta, i Paesi Bassi dipendono ormai dalle importazioni dall'estero.

La dimensione totale del mercato di alimenti e bevande biologici confezionati nei Paesi Bassi nel 2017 ammontava a 835,4 milioni di dollari (732,3 milioni di euro), pari al 2,1% delle vendite di categoria a livello globale. Ciò fa dei Paesi Bassi il nono mercato più grande del mondo e il settimo nell'UE in termini di valore.

Il settore ha registrato una forte crescita nel corso del 2017. A fine dicembre il numero di società registrate era di 4.730. Il numero di imprese sotto la supervisione di Skal Biocontrole (Autorità di controllo incaricata della certificazione dei prodotti biologici nei Paesi Bassi) è quindi aumentato di 313 rispetto al 2016. Rispetto al numero di registrazioni al 31 dicembre 2016, la crescita netta nel 2017 è stata del 7%, di cui il 5% era costituito da aziende con attività agricole e l'8% da aziende del settore della trasformazione e del commercio. Queste 4.730 aziende agricole sono tutte registrate con il marchio Skal, la società di certificazione dei Paesi Bassi, ma non tutte possono vendere i loro prodotti come biologici. Dopo l'ispezione iniziale, le aziende devono attraversare un periodo di trasformazione prima di essere certificate da Skal. Tale periodo si applica a tutte le operazioni commerciali, comprese quelle relative al suolo e agli animali. I trasformatori e le società di commercializzazione sono certificati dopo un adeguato esame di ammissione. A fine 2017 le aziende certificate erano 4.486, cioè 420 in più rispetto alla fine del 2016.

Sebbene la zona dedicata all'agricoltura biologica nei Paesi Bassi sia in aumento da diversi anni, dopo anni di stabilità anche il numero di aziende agricole è aumentato nuovamente dal 2016. A fine 2017, si stima che su 1.930 aziende registrate, 1.750 siano certificate secondo il metodo biologico. Si tratta di 164 in più rispetto alla fine del 2016. Le restanti 180 aziende agricole erano ancora in fase di conversione all'agricoltura biologica alla fine del 2017, numero inferiore alle 245 registrate l'anno precedente. La conversione all'agricoltura biologica richiede generalmente da un anno e mezzo a due anni, le aziende certificate nel 2017 hanno quindi avviato la conversione della loro azienda già a partire dal 2015.

Nel 2017, la superficie agricola registrata è aumentata di 7.751 ettari, per un totale di 69.516 ettari. I 9.067 ettari in riconversione provengono da nuove aziende agricole che stanno passando all'agricoltura biologica, ma anche da agricoltori già certificati che stanno convertendo i propri terreni. Nel 2016, l'azienda agricola media nei Paesi Bassi copriva 32,4 ettari, mentre nel 2017 copriva in media 36 ettari (fonte: CBS ufficio nazionale di statistica dei Paesi Bassi).

Alla fine del 2017, vi erano 2.736 trasformatori, importatori, commercianti e società di stoccaggio certificati, con un aumento netto di 256 unità rispetto alla fine del 2016. L'incremento è stato realizzato soprattutto nei settori di stoccaggio (+15%), commercio (+11%), industria manifatturiera (+7%) e importazione (+4%).

A febbraio 2018, l'agricoltura biologica nei Paesi Bassi rappresentava tra il 3 e il 4% della superficie agricola totale, più basso rispetto alla media UE, che si attestava al 6%. La produzione biologica olandese è in gran parte trainata dalla domanda di prodotti biologici nei paesi dell'Europa occidentale, in particolare dalla Germania.

Gli allevatori, i coltivatori di seminativi e i produttori hanno bisogno di più terreni agricoli per produrre in modo biologico; la metà della superficie biologica totale è infatti destinata alla pastorizia permanente, mentre l'altra metà è utilizzata principalmente per la produzione biologica di ortaggi, cereali e patate. Secondo le stime, la superficie coltivata a biologico nei Paesi Bassi è destinata ad aumentare per effetto della crescente domanda di prodotti biologici. L'Associazione Olandese dell'Industria Biologica (Bionext) si aspetta infatti che un maggior numero di produttori di latte, seminativi, pollame e suini si converta alla produzione biologica, spinta da margini migliori di guadagno. Gli esperti del settore sostengono che cinque anni dopo la conversione, i margini di profitto cresceranno tra il 25 e il 50%. Gli agricoltori sanno che la conversione alla produzione biologica richiede all'incirca due anni, che devono investire in nuove attrezzature agricole e in magazzini e trovare nuovi clienti per i loro prodotti. Si tratta quindi di un approccio che richiede diversi accorgimenti e pratiche gestionali, per cui il governo olandese offre sovvenzioni, ad esempio per l'acquisto di nuove attrezzature. La crescente consapevolezza dei consumatori olandesi nei confronti della salute e la domanda di prodotti rispettosi dell'ambiente alimenteranno la crescita e per soddisfare la domanda emergeranno nuovi prodotti, in particolare quelli a marchio privato. I prodotti lattiero-caseari biologici sono i primi in termini di valore delle vendite tra le categorie di alimenti biologici, mentre le bibite gassate non a base di cola sono le prime tra le categorie di bevande biologiche.

La regolamentazione sull'agricoltura biologica in vigore nei Paesi Bassi coincide con quella dell'Unione Europea. Il marchio utilizzato per etichettare i prodotti nei Paesi Bassi è quindi quello europeo. La società SKAL ([www.skal.nl](http://www.skal.nl)), l'unico organismo di controllo certificato nei Paesi Bassi (NL BIO-01) è proprietaria del marchio che viene rilasciato alle aziende che sono disponibili a sottoporsi a delle regole ancora più severe di quelle europee. Skal effettua circa 5.000 controlli all'anno, di cui 750 sono costituiti dalle prime visite per nuove domande presentate, 3.400 sono controlli regolari e 950 controlli mirati, nella maggior parte dei casi non preannunciati. I costi delle ispezioni sono a carico delle aziende. Oltre al logo europeo, sono presenti nel commercio diversi loghi che contraddistinguono prodotti che offrono delle garanzie circa la sostenibilità o il metodo di produzione.

Quanto al consumo di prodotti biologici, tra i Paesi dell'Europa occidentale, Germania, Francia, Regno Unito, Italia e Svezia superano i Paesi Bassi per valore totale delle vendite di bevande e alimenti biologici confezionati. Nel 2017, questi prodotti nei Paesi Bassi hanno registrato una crescita moderata del 5-6% rispetto all'anno precedente, in linea con il resto dell'Europa occidentale. L'aumento è trainato dalla domanda dei consumatori olandesi di prodotti più naturali con catene di approvvigionamento tracciabili e trasparenti. Per soddisfare questa domanda emergeranno nuovi prodotti, in particolare pasti pronti.

Tuttavia, le stime relative al tasso annuo di crescita composto (CAGR) nel periodo 2017-2022 prevedono una crescita più lenta delle vendite di bevande e alimenti biologici, pari al 3,7%. All'interno dell'UE, nel periodo considerato, le vendite pro capite più elevate di alimenti

biologici (oltre 100 euro a persona) sono state registrate in Danimarca, Svezia, Austria e Lussemburgo, mentre le vendite più basse (meno di 10 euro a persona) sono state registrate negli Stati dell'Europa orientale.

Le quote di mercato più elevate nel settore biologico olandese hanno riguardato le uova, i prodotti lattiero-caseari e i prodotti freschi. Altri segmenti che hanno registrato tassi di crescita elevati e presentano un buon potenziale per il futuro sono: i prodotti secchi, pane e pasticceria, carne, minestre, alimenti per l'infanzia e snack. Il consumo pro capite per bevande e alimenti biologici confezionati era di 48,91 dollari (quasi 43 euro) nel 2017. Il Paese si collocava quindi al 7° posto tra le spese pro capite al mondo. L'invecchiamento della società olandese potrebbe avere un effetto profondo sul mercato dei prodotti biologici, poiché la maggior parte degli anziani ha accumulato ricchezza e gode di pensioni generose.

Non sono al momento disponibili dati precisi sul numero totale degli acquirenti di prodotti biologici. Dalle numerose indagini che sono state condotte sull'argomento, con risultati spesso contrastanti, si può solo concludere che tra il 35% ed il 75% dei consumatori olandesi compra prodotti biologici. In questo gruppo, il 16% sono clienti regolari e il 5% sono clienti assidui. Se i single e i pensionati benestanti costituiscono i maggiori acquirenti, le famiglie con figli giovani, invece, spendono relativamente poco per il biologico. I consumatori olandesi sono alla ricerca di prodotti puri e sani. I prodotti di salute e benessere più popolari sono percepiti come naturali, artigianali e genuini.

I canali di vendita del settore biologico sono diversificati e comprendono: mercati locali del biologico; negozi di prodotti biologici in zone rurali o urbane; bancarelle in campagna; vendite dirette nell'azienda agricola in cui è stato prodotto l'alimento; ordini online di scatole biologiche consegnate a domicilio o ai punti di raccolta; supermercati, molti dei quali stanno ampliando e sviluppando la loro gamma di prodotti biologici; ristoranti, mense e imprese di catering, un settore in crescita che comprende i pasti scolastici, le mense e le caffetterie pubbliche e private di alcune aziende di alto profilo.

Oltre la metà delle vendite di prodotti biologici nei Paesi Bassi è generata dai rivenditori al dettaglio di prodotti alimentari. Secondo gli ultimi dati disponibili, relativi al 2016, il loro fatturato è stato di 735 milioni di euro (919 milioni di dollari). I negozi di specialità biologiche sono il secondo più importante distributore di prodotti biologici nei Paesi Bassi, con un fatturato di 336 milioni di euro (420 milioni di dollari). Il settore della ristorazione (288 milioni di dollari) e altri canali di distribuzione sono responsabili per il resto. Le vendite dirette in azienda, i mercati agricoli (44 milioni di dollari) e le vendite on-line (25 dollari) sono i più importanti all'interno di quest'ultima categoria.

I supermercati svolgono un ruolo importante nell'offerta di prodotti biologici al consumatore medio olandese, offrono infatti una varietà di prodotti biologici che vanno dai prodotti freschi e carne fresca ai prodotti secchi e vini. I prodotti biologici sono collocati accanto a quelli convenzionali nei vari reparti. I supermercati rivestono un ruolo sempre più importante, per due motivi: dispongono di maggiore spazio sugli scaffali per i marchi di produzione sostenibile e selezionano prodotti sostenibili anche per i private label. Questo è il caso soprattutto della catena leader del mercato dei Paesi Bassi, il gruppo Ahold NV con oltre 850 supermercati Albert Heijn<sup>4</sup>, che nel 2016 aveva oltre 1.500 referenze di prodotti biologici nell'assortimento (270 nel 2007).

Ad eccezione del pane, sono i prodotti freschi che costituiscono il segmento più importante per i supermercati. Per esempio, oltre il 66% della carne e circa il 70% degli ortofruttili biologici sono venduti nei supermercati. Inoltre, si prevede che nel breve termine l'olio biologico

registrerà una crescita delle vendite superiore a quella degli altri alimenti biologici, mentre le bibite gassate diverse dalla cola avranno il più alto tasso di crescita delle vendite tra le bevande biologiche.

Le bevande e gli alimenti biologici tendono ad essere in media più costosi del 50% rispetto ai prodotti convenzionali nei Paesi Bassi, ma l'espansione dei prodotti biologici a marchio privato offre opzioni biologiche a basso costo. Per alcuni prodotti (mandorle, cipolle, barrette di cereali e carne di maiale) la differenza di prezzo è più che doppia, mentre in altri casi i prezzi dei prodotti biologici (spaghetti, nocciole e salsa di pomodoro) erano inferiori a quelli della variante tradizionale.

I negozi locali di specialità biologiche si presentano come negozi indipendenti e, in pochi casi, come catene di vendita al dettaglio di prodotti biologici. La più grande catena di vendita al dettaglio di prodotti biologici è EkoPlaza, che ha aperto il suo primo negozio nel 1980 ad Amsterdam. EkoPlaza era un supermercato biologico e ora si sta trasformando in un negozio di alimentari biologici di più alto livello. Un altro esempio è Marqt, che ha aperto il suo primo negozio solo dieci anni fa e si rivolge più specificatamente al consumatore benestante con prodotti di fascia alta e a valore aggiunto. Natuurwinkel continua ad essere un supermercato biologico che offre prodotti a prezzi competitivi. Per differenziarsi dai normali supermercati, i negozi specializzati in prodotti biologici si concentrano su alimenti e servizi innovativi, a valore aggiunto e specializzati. Nonostante la metà di tutte le vendite di prodotti biologici sia generata da supermercati, i negozi specializzati rivestono un ruolo importante per quanto riguarda il mercato olandese. È qui, infatti, che la maggior parte dei clienti fedeli acquista regolarmente i propri prodotti. L'acquisto di prodotti biologici in questi negozi è meno legato alle condizioni economiche degli acquirenti nei Paesi Bassi. Questi negozi sono più inclini a referenziare nuovi prodotti e a differenziare le loro offerte rispetto ai normali supermercati.

La principale società olandese per vendite di prodotti biologici è la Royal FrieslandCampina, produttrice di prodotti lattiero-caseari, che deteneva il 6,3% delle vendite totali nel 2017. Seguivano Koninklijke Wessanen NV (6,2%) e Stichting Merkartikel Bio+ (5%). Nel 2017 i prodotti a marca commerciale hanno rappresentato il 43,7% del valore delle vendite.

**L'ultima nota breve:**  
[\*Società partecipate nel settore lattiero-caseario - A.S. 1110-  
Giugno 2019\*](#)

**nota breve**  
sintesi di argomenti di attualità  
del Servizio Studi del Senato

I testi sono disponibili alla pagina:  
<http://www.senato.it> – leggi e documenti – dossier di documentazione. Servizio studi – note brevi

**www.senato.it**