

L'ECONOMIA

TENDENZE

Biologico in salute, la crisi non fa paura

Al BioFach di Norimberga è stato fatto il punto sulla situazione a livello mondiale: il mercato continua ad espandersi. Australia, Argentina e Usa sono i Paesi leader per superficie coltivata.

GUIDO VIOLINI

Servizio Percorsi di Qualità, Relazioni di Mercato e Integrazioni di Filiera, Regione Emilia-Romagna

La crisi non ferma la crescita del biologico. Dal 16 al 19 febbraio scorsi si è tenuto a Norimberga il salone mondiale dei prodotti biologici BioFach, il principale appuntamento fieristico internazionale del settore. Quest'anno il centro fiere di Norimberga ha visto la partecipazione di oltre 2.500 aziende espositrici e ben 44.000 visitatori professionali, comprendendo anche Vivanness, il salone-pilota della cosmesi naturale e del *wellness*

che si è svolto in contemporanea, incrementando così le presenze complessive della passata edizione e confermando il forte interesse al mercato dei prodotti biologici. La fiera ha una forte connotazione internazionale: infatti ben il 70% degli espositori sono arrivati da fuori Germania, in rappresentanza di 86 paesi. Tra questi, l'Italia è stata la prima nazione per numero di partecipanti dopo la Germania, con 420 aziende espositrici.

UN SETTORE IN CRESCITA

Il focus dell'edizione 2011 è stato sull'alimentazione mondiale, con discussioni su consumo verde, prezzi reali e stili di vita. Come tutti gli anni, però, il BioFach è stata anche l'occasione per fare il punto sulla situazione del biologico a livello mondiale, grazie alla presentazione del XII rapporto *The World of Organic Agriculture 2011*, pubblicato dal Research institute of organic agriculture (FibL) di Frick (Svizzera), in collaborazione con l'International federation of organic agriculture movements (Ifoam). A livello mondiale il settore mostra dati di crescita sicuramente incoraggianti: nel 2009 il mercato globale è cresciuto a 55 miliardi di dollari e quello tedesco vale da solo oltre sei miliardi di euro (dati 2010). Per quanto riguarda l'andamento delle superfici, i dati provenienti da 160 Paesi del

Sempre frequentatissimo il self-service bio italiano nel padiglione 4 di BioFach.



Foto Bio Bank/Rosa Maria Bertino

GERMANIA, UN MERCATO CHE FA GOLA ALLE IMPRESE ITALIANE

Siamo pronti? È questa la domanda che ogni azienda dovrebbe porsi prima di affrontare l'export di prodotti biologici verso la Germania.

«La chiave di volta per l'export – spiega **Stefania Faccio**, del gruppo di consulenza veronese PoloBio Organic Consulting - non è la dimensione aziendale, ma la mentalità, la cultura d'impresa. E in generale l'area di maggior criticità non è né la qualità del prodotto, né il prezzo, ma la logistica. Per fare buoni affari occorrono infatti una logistica perfetta, etichette dei prodotti in lingua locale ed una qualità flessibile per sintonizzarsi sul gusto tedesco». «Si può lavorare con un broker, con un grossista o con il buyer di una catena della grande distribuzione – conclude Faccio, che opera in Germania per una

decina di aziende bio italiane - ma in ogni caso è difficile vendere direttamente. Per partire è fondamentale affidarsi ad un consulente, per valutare, tra le varie possibilità, quelle più giuste per l'azienda». Un mercato ricco, quello tedesco, e con grandi prospettive di crescita. Il giro d'affari del settore ha infatti superato i 6 miliardi di euro nel 2010, con un incremento del 4% rispetto al 2009. Ma le potenzialità di crescita a medio termine fanno stimare un fatturato intorno ai 13 miliardi di euro. Più che un raddoppio, quindi, come ha spiegato Christoph Soika, della Scs Consulting, all'incontro sulle opportunità del mercato tedesco per le piccole e medie imprese italiane, promosso da FederBio e Ige al BioFach di Norimberga. (rmb) ■

mondo e anche questi aggiornati alla fine del 2009 – evidenziano un'estensione di 37,2 milioni di ettari coltivati, di cui 12,2 milioni in Oceania, 9,3 in Europa e 8,6 in America Latina. I Paesi con maggiore superficie biologica sono Australia, Argentina e Stati Uniti. Rispetto al precedente

rapporto, la crescita registrata è di oltre 2 milioni di ettari (+6%). Forte l'espansione delle superfici anche in Europa, con un incremento di almeno 1 milione di ettari. Tra gli Stati con significativi aumenti ci sono l'Argentina, la Turchia e la Spagna. In Europa i Paesi leader sono la Spagna

(1,33 milioni di ettari), l'Italia (1,11 milioni) e la Germania (0,95 milioni).

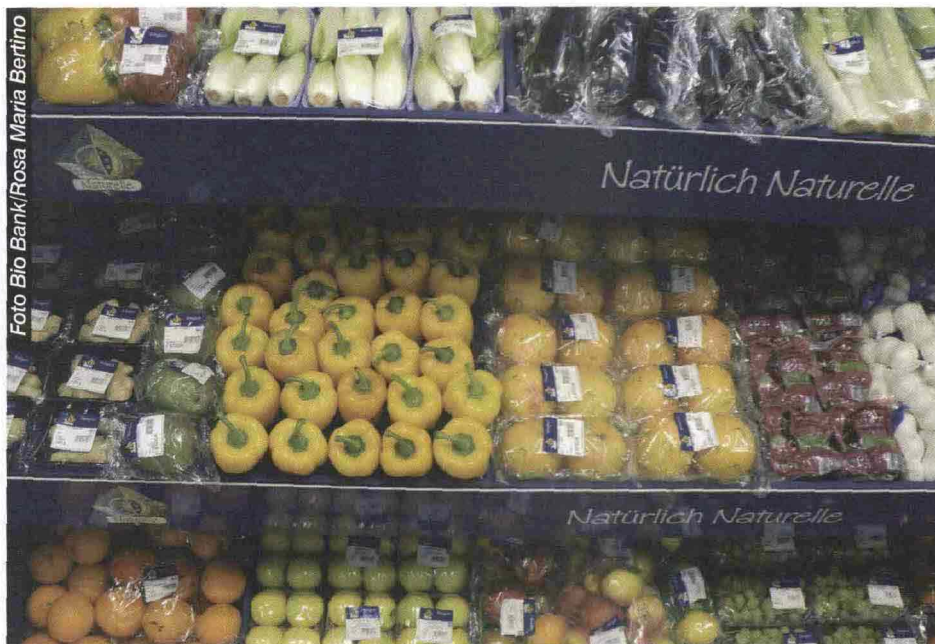
Si stima che circa lo 0,9% della superficie agricola mondiale sia coltivata con metodi biologici. In Europa alcuni Paesi hanno una quota significativa di colture bio: Liechtenstein (26,9%) e Austria (18,5%).

L'ECONOMIA

Tra gli Stati con più del 10% della superficie bio vi sono anche Svezia, Svizzera, Estonia. Attualmente nel mondo ci sono circa 1,8 milioni di produttori biologici, con un aumento del 31% rispetto al 2008, soprattutto grazie a un forte incremento in India. L'Asia, da sola, rappresenta circa il 40% dei produttori mondiali, seguita dall'Africa (28%) e dall'America Latina (16%)

LA RIPARTIZIONE DELLE SUPERFICI

Quanto alla ripartizione dei terreni coltivati, quasi due terzi della superficie biologica mondiale è costituita da aree a prato e a pascolo, mentre circa il 15% sono terreni arabili (5,5 milioni di ettari). La maggior parte di questi terreni sono investiti a cereali, tra cui riso (2,5 milioni di ettari), foraggi verdi (1,8 milioni) e ortaggi (0,22 milioni). Tra le colture permanenti, le più importan-



ti sono caffè, olive, cacao, nocciolate e vite (0,19 milioni). Secondo i dati presentati da Organic Monitor, il mercato globale di prodotti biologici si sta riprendendo dalle ripercussioni della crisi economica

mondiale. Nel 2009, per la prima volta da anni, la crescita del mercato è stata a una sola cifra (+5%), a causa del rallentamento degli investimenti dell'industria e della riduzione del potere d'acquisto dei consu-

Frutta e verdura biologiche in mostra a Norimberga.

matori. Il mercato, comunque, si assesta su valori di circa 55 miliardi di dollari Usa e sono attesi tassi di crescita elevati

LE STRATEGIE VINCENTI PER SFONDARE IN TERRA TEDESCA

Grande distribuzione o negozi specializzati? Marchio proprio o del distributore? Consulenti, agenti, broker, grossisti, importatori o distributori? La strada per raggiungere la Germania è battuta da mille domande. Ecco come sono partite alcune aziende italiane che operano con soddisfazione su questo mercato.

«Per i nostri vini bio – racconta **Antonio Capelli** di Corte d'Aibo di Bologna - abbiamo puntato subito sulla Germania. I primi contatti sono avvenuti attraverso le fiere BioFach, Sana e la francese Millésime Bio. Siamo partiti con qualche piccolo negozio, enoteche, ristoranti. Ora lavoriamo con alcuni distributori regionali. Ma serve la qualità a tutto tondo: oltre a quella basilare del prodotto, tempestività della comunicazione, packaging e logistica».

«Partire è stato facile – spiega **Sven Schürmeier**, export manager di Brio -; noi avevamo l'ortofrutta bio che il mercato tedesco cercava. I primi passi li abbiamo fatti con un agente che curava solo per noi l'intermediazione dall'Italia. Poi, anno dopo anno, siamo cresciuti. Ma le catene della grande distribuzione chiedono prodotti a loro marchio e vogliono dialogare attraverso un importatore che sbrogli eventuali questioni, anche fiscali». Per l'azienda veronese, che ha chiuso il 2010 con 32 milioni di euro di fatturato, l'export incide per il 40% e la Germania è il primo mercato estero.

«La nostra prima vetrina è stata BioFach – risponde **Margherita Montanari**, responsabile commerciale dell'azienda Montanari & Grizza di Reggio Emilia – e il nostro primo cliente estero è un importatore-distributore di formaggi interessato al nostro Parmigiano-Reggiano biologico. Poi sono arrivati Dennree, il più importante grossista tedesco, e la catena leader della grande distribuzione Edeka. Quasi sempre però, è necessaria l'intermediazione». Per l'azienda reggiana, che nel 2010 ha fatturato 40 milioni di euro, di cui 4 con la linea biologica, l'export bio si aggira sul 30%, con in testa la Germania.

«I tedeschi sono stati i primi in Europa ad acquistare i nostri formaggi bio», dice **Giovanni Cannas**, fondatore della Fattoria Lischetto di Volterra (Pisa). L'azienda, che opera in Germania con il grossista Weiling, il secondo del Paese, ha fatturato 500mila euro con l'attività casearia, per il 70% all'estero. «Grazie a BioFach ci hanno scelto loro, perché il nostro pecorino toscano ha un gusto più dolce, più soave. Vengono in azienda, verificano il processo produttivo, sono pignoli, ma seri. E i pagamenti sono sicuri. Per i tedeschi la vacanza in Toscana è una tradizione e sono tantissimi quelli che ospitiamo nel nostro agriturismo. La multifunzionalità, infatti, è stata un'altra delle chiavi per aprire questo mercato». (Rosa Maria Bertino) ■

con la ripartenza dei consumi nei Paesi già usciti dalla fase di crisi economica.

Il principale mercato mondiale per i prodotti bio è costituito dagli Stati Uniti, con oltre 17 miliardi di dollari, seguiti da Germania, Francia, Regno Unito e Italia, dove il mercato interno è stimato in circa 1,5 miliardi di euro. Per quanto riguarda i consumi, la più alta spesa *pro capite* si riscontra in Danimarca, Svizzera e Austria.

LA PARTECIPAZIONE ITALIANA E DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Al Biofach di Norimberga l'Italia, oltre ai numerosi operatori, ha avuto una presenza istituzionale nello stand Buonitalia, realizzato in collaborazione con Federbio e con l'Ice (Istituto per il commercio estero): si sono svolti incontri, degustazioni e presentazioni di prodotti. È stato inoltre organizzato un *workshop* di aggiornamento dal titolo "Azioni e strategie per consolidare la presenza italiana nel mercato tedesco: dalla promozione alla certificazione", rivolto alle imprese italiane, sulla nuova situazione del mercato tedesco e sulle offerte di servizi per i mercati esteri.

Per quanto riguarda gli operatori della Regione Emilia-Romagna, oltre alla consueta nutrita presenza di aziende nei diversi padiglioni a seconda della tipologia di prodotto o della partecipazione agli stand collettivi, la Regione ha proposto anche quest'anno uno stand collettivo di produttori affidato a Prober, l'Associazione regionale degli agricoltori biologici e biodinamici. ■