

L'INDAGINE

Ascoltare i produttori biologici

FederBio ha effettuato un'indagine quantitativa presso un campione di produttori biologici. Ecco i risultati.

Lo studio presentato è stato condotto tramite interviste strutturate rivolte ad un ampio campione rappresentativo dei produttori bio con aziende di dimensioni superiori all'ettaro (solo produttori o produttori e trasformatori) per area geografica di residenza. Sono stati intervistati 400 produttori di cui il 19% localizzati nel nord Italia, il 20% nel Centro, il 42% nel sud e il 19% nelle isole. È emerso che solo una minoranza amplia la gamma delle attività, non limitandosi alla produzione. La maggioranza dei produttori (8 su 10) non svolge altre attività oltre alla produzione/trasformazione, soprattutto i produttori più giovani e quelli più anziani, che operano nel sud o nelle Isole e coloro che si rivolgono principalmente al mercato convenzionale.

Tra chi diversifica le attività (2 su 10), quella più esercitata congiuntamente alla produzione è l'agriturismo (1 su 10). Solo il 5% dichiara di svolgere più di una attività oltre a quella principale. Il mercato bio è il principale mercato di riferimento, ma quello convenzionale resta molto importante, quantomeno in "condivisione" con l'altro. Se il principale mercato di riferimento è infatti quello biologico (4 su 10

operatori), è comunque significativo il "peso" del mercato convenzionale: 3 su 10 lo utilizzano in modo quasi esclusivo mentre 3 su 10 in "condivisione" bilanciata con quello biologico. Il mercato biologico è più utilizzato dai produttori del nord-ovest e del centro Italia; quello convenzionale è più spesso indicato dai produttori anziani e da coloro che risiedono nel Sud Italia. Dichiarano un utilizzo equilibrato di entrambi i mercati di nuovo i produttori che risiedono nel centro Italia e i più giovani. Ma anche chi ha aziende di grandi dimensioni. La modalità di vendita più in voga è quella diretta: 6 su 10 operatori la praticano nel nord ovest e nel centro 7 su 10. Minoritarie le quote di chi utilizza GAS e E-commerce. Il canale della grande distribuzione è utilizzato soprattutto da chi ha aziende grandi (3 su 10). Poco meno della metà (4 produttori su 10) si dichiara socio di un'associazione di produttori bio. La propensione ad associarsi è più elevata tra chi ha come riferimento il mercato biologico in modo esclusivo o a pari merito con il convenzionale: 5 su 10. Maggiore propensione all'associazionismo si registra nel Nord e soprattutto nel centro Italia. Tra i non associati si registra un'alta area di potenziali futuri associati,

pari a circa il 58% degli stessi. Con punte soprattutto al Sud dove si registra il tasso più basso di associati. Un bisogno latente che apre ad un possibile intervento di promozione dell'associazionismo nel nostro meridione?

Le criticità del settore

Varie sono le criticità segnalate per il settore. Le principali sembrano essere la bassa redditività - costi di produzione troppo alti rispetto ai ricavi - e il peso della burocrazia (indicati da quasi 4 su 10) e a seguire la scarsa consapevolezza dei consumatori rispetto ai prodotti bio e l'eccessivo divario tra il prezzo del prodotto riconosciuto al produttore e il prezzo pagato dal consumatore finale (3 su 10). Interessanti, a livello di criticità segnalate, le differenze tra i produttori per area geografiche (nel nord-est alte le indicazioni per bassa redditività e divario prezzo produttore-consumatore; nel centro Italia per peso burocrazie e scarsa consapevolezza dei consumatori, nelle Isole di nuovo per divario prezzo produttore-consumatore) e mercato di riferimento (in particolare la concorrenza sleale è segnalata da chi usufruisce in prevalenza del mercato biologico).

