

SOMMARIO • Comportamenti di acquisto e di consumo alimentare bio • Il questionario proposto • Canali di distribuzione del prodotto bio • Percezione del consumatore sugli aspetti del prodotto bio • Considerazioni conclusive

L'agricoltura italiana nel 2017 è stata definita come la più *green* d'Europa, leader nel settore delle coltivazioni biologiche, senza utilizzo di Organismi Geneticamente Modificati e al vertice della sicurezza alimentare (Coldiretti, 2017). Sempre secondo la citata indagine, l'Italia presenta il minor numero di alimenti con residui chimici non regolari, circa quattro volte inferiore alla media degli altri paesi della Unione Europea e addirittura venti volte inferiore a quello dei paesi extra comunitari. È italiano anche il primato europeo di prodotti alimentari certificati che sono 291 Dop, Igp, Stg e 523 vini DOCG, DOC ed IGT per un valore complessivo di circa 14 miliardi di euro di cui 7,8 miliardi proventi dall'export (Mipaaf, 2017).

Lo stile di vita degli italiani, seppur impoveriti da una crisi economica prolungata, ha registrato una evoluzione verso un'alimentazione più sana per gli aspetti nutrizionali e più rispettosa dell'ambiente. Attenzione per la natura ed una filosofia di vita in contrasto con gli schemi imperanti del consumismo, ispirano gli agricoltori del biologico che coltivano la terra con metodi non chimici, riportando ad una economicità dimenticata terreni a volte abbandonati da tempo. Nel 2016 il numero di famiglie italiane che hanno scelto il bio è stata di circa 13 milioni ed 8 famiglie su 10 lo hanno acquistato almeno una volta l'anno (Nomisma, 2017). La spesa è cresciuta e rappresenta il 3,1% del totale di quella del comparto alimentare, contro l'1,9% di tre anni fa; attualmente il settore vale circa 2,7 miliardi di euro, con un fatturato triplicato dal 2011 ad oggi (Ice-Sana, 2016).

¹ Docente di Merceologia, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia.

² Formatore e consulente aziendale.

³ Laureanda, Laurea Specialistica, Dipartimento di Economia, Università degli Studi di Perugia.

L'Unione Europea definisce l'agricoltura biologica come una pratica agronomica che riduce al minimo l'impatto umano sull'ecosistema, in conformità dei Regolamenti CE 834/07, CE 889/08 e, a livello nazionale, del D.M. 220/95. In sintesi è un metodo che consente di produrre alimenti utilizzando pratiche sostenibili, prevenendo la perdita della biodiversità e l'impoverimento del suolo, facendo ruotare le coltivazioni, selezionando specie e varietà particolarmente resistenti ai parassiti, alle malattie e alle erbe infestanti. In Italia ci sono circa 50 mila imprese bio, 60 mila operatori (+ 8,2% rispetto al 2014) pari a circa 1,5 milioni di ettari coltivati (il 12% della SAU cioè della superficie agricola utilizzata nazionale) con un incremento del 7,4% rispetto al 2014, con oltre 104 mila ettari che sono stati convertiti nel 2015. Questi numeri ci collocano tra i primi 10 paesi al mondo per superficie coltivata e tra i *top five* nell'Unione Europea (Eurostat, 2016 - Ismea, 2016).

In Umbria l'agricoltura biologica ha iniziato a diffondersi alla fine degli anni Ottanta, grazie ad alcuni imprenditori "pionieri" che scelsero tale pratica agricola innovativa e con il passare degli anni si è diffusa sia la superficie coltivata, pari a 34.468 ettari, con un incremento complessivo, rispetto al 2014, dell'11,6%, sia il numero degli operatori. Nel 2015 sono stati convertiti a biologico 3.593 ettari e la percentuale della superficie interessata è dell'11,3% della SAU. Le aziende agricole bio rappresentano il 4,1% di quelle tradizionali. I produttori esclusivi sono 1124, i produttori preparatori 266, i preparatori esclusivi 150 ed infine gli importatori 6 per un totale di 1546 addetti, il 27% in più rispetto al 2014 (Sinab 2016).

Le principali colture sono le foraggere (6.148 ettari), le cerealicole (5.134 ettari) e l'olivo (4.847 ettari); vi sono inoltre 7.275 ettari di prati e pascoli. La zootecnia biologica non è molto diffusa, infatti la regione Umbria si colloca al dodicesimo posto in Italia per numero di operatori. Dal 2009 al 2013 si è verificato un calo del 26,2% delle aziende umbre con produzioni zootecniche biologiche, passando da 164 a 121 (Bioreport, 2014-15).

L'Umbria registra una forte presenza e concentrazione di agriturismi, alcuni con vendita diretta di prodotti bio, numerose strutture di ristorazione, fattorie didattiche e mercatini biologici (Sinab, 2016).

Comportamenti di acquisto e di consumo alimentare bio

Al fine di monitorare l'evoluzione dei consumi alimentari biologici in Umbria, regione che, nell'immaginario collettivo nazionale ed internazionale, lega la sua produzione agricola ed i suoi paesaggi alla qualità agroalimentare, è stata effettuata un'indagine nel periodo tra il 21 novembre e il 22 dicembre 2016, prosecuzione di una iniziata nel 2014 e ripetuta annualmente fino a questa in oggetto. È basata sulla creazione di un questionario intitolato: "Sondaggio sul consumo di alimenti biologici in Umbria". Per la metodologia è stato utilizzato il sito www.surveio.it; *survio* è un software articolato che costruisce "survey" cioè ricerche di mercato, sondaggi e questionari on-line e che offre oltre 100 modelli di indagine e 70 modelli di design di personalizzazione. Tale rilevazione è stata curata e seguita dalla dott.ssa Jessica Ragnacci, presso il Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Perugia, con la supervisione delle altre due autrici. Si è perfettamente consci che l'indagine è un primo approccio che rileva una dimensione tendenziale dei consumi legati al biologico; però può essere sicuramente considerata come un'indagine pilota, suscettibile di essere approfondita ed ampliata anche con metodi di indagine più sofisticati. Si fa presente, comunque, che le tendenze da noi rilevate sono in linea con quelle emerse da altre indagini (Nomisma 2017, Bio Bank 2016 e Sinab Bio 2016).

Il questionario proposto

1	Sesso intervistato: <input type="checkbox"/> <i>uomo</i> <input type="checkbox"/> <i>donna</i>
2	Fascia di età: <input type="checkbox"/> <20 <input type="checkbox"/> 20-34 <input type="checkbox"/> 35-65 <input type="checkbox"/> >65
3	In quale regione vivi?
4	Conosci l'agricoltura biologica? <input type="checkbox"/> <i>sì</i> <input type="checkbox"/> <i>no</i> <input type="checkbox"/> <i>poco</i>
5	Se poco, vorresti saperne di più? <input type="checkbox"/> <i>sì, mi piacerebbe esserne più informato/a</i> <input type="checkbox"/> <i>no, non mi interessa</i>
6	Conosci la differenza tra alimenti biologici e non biologici? <input type="checkbox"/> <i>sì</i> <input type="checkbox"/> <i>no</i> <input type="checkbox"/> <i>in modo insufficiente</i>
7	Nei tuoi acquisti prediligi i prodotti alimentari bio rispetto agli altri tipi di prodotti? <input type="checkbox"/> <i>sì</i> <input type="checkbox"/> <i>no</i> <input type="checkbox"/> <i>non sempre</i> <input type="checkbox"/> <i>solo se non trovo alternative</i>
8	Quando hai sentito parlare per la prima volta di biologico? <input type="checkbox"/> <i>tramite pubblicità in televisione</i> <input type="checkbox"/> <i>tramite passaparola</i> <input type="checkbox"/> <i>sul punto vendita</i> <input type="checkbox"/> <i>altro</i> <input type="checkbox"/> <i>con questa intervista</i>
9	Hai mai comprato un alimento biologico? <input type="checkbox"/> <i>sì</i> <input type="checkbox"/> <i>no</i>

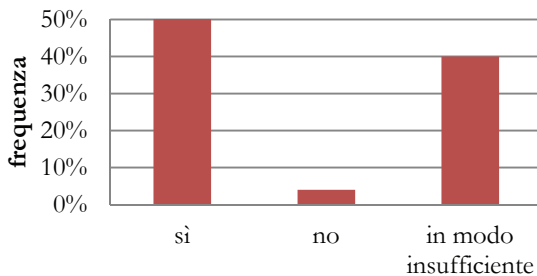
10	Se sì, quale? <input type="checkbox"/> carne <input type="checkbox"/> olio <input type="checkbox"/> frutta <input type="checkbox"/> ortaggi <input type="checkbox"/> legumi e cereali <input type="checkbox"/> vino <input type="checkbox"/> latte
11	Perché non lo hai mai comprato, o non lo compri spesso? <input type="checkbox"/> non lo ritengo migliore rispetto al prodotto non biologico <input type="checkbox"/> costa troppo <input type="checkbox"/> non attribuisco importanza all'aspetto bio
12	A parità di prezzo, quale alimento acquisteresti? <input type="checkbox"/> biologico <input type="checkbox"/> non biologico
13	Quanta conoscenza hai della normativa europea che regola l'etichettatura e la certificazione bio? <input type="checkbox"/> molta <input type="checkbox"/> poca <input type="checkbox"/> non sapevo che ci fosse una normativa <input type="checkbox"/> mi piacerebbe esserne più informato/a
14	Sai riconoscere il logo europeo che contraddistingue i prodotti biologici? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> non sapevo esistesse un logo
15	Fai attenzione al luogo di provenienza dell'imprenditore che ha adottato il metodo di produzione "bio"? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> non sapevo fosse riportato sull'etichetta
16	Fai attenzione alla differenza tra la dicitura "bio" e "in conversione all'agricoltura biologica"? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> non sapevo ci fosse una differenza
17	Di solito preferisci acquistarli nei negozi specializzati o nei supermercati generalisti? <input type="checkbox"/> supermercati/ipermercati <input type="checkbox"/> negozi specializzati <input type="checkbox"/> è indifferente <input type="checkbox"/> altro (mercatini biologici, equosolidale, direttamente dal produttore, ecc.)
18	Pensi che il "biologico" sia migliore rispetto al "non biologico" da un punto di vista salutistico? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no
19	Da un punto di vista del sapore? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no
20	Per il minor impatto ambientale? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no
21	Per un maggiore benessere degli animali? <input type="checkbox"/> sì <input type="checkbox"/> no
22	Tra le caratteristiche precedenti, quale ti spingerebbe ad acquistare un alimento "bio"? <input type="checkbox"/> salute <input type="checkbox"/> sapori più decisi <input type="checkbox"/> minore impatto ambientale; <input type="checkbox"/> maggiore benessere per gli animali
23	Saresti interessato/a a frequentare ristoranti/agriturismi bio? <input type="checkbox"/> sì, molto <input type="checkbox"/> sì, solo se il prezzo è conveniente <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/> è indifferente

Hanno aderito 105 individui di sesso prevalentemente femminile (88 donne, 17 uomini); residenti in Umbria.

Il campione è per lo più composto da giovani poiché la maggior parte di esso ha un'età compresa tra i 20 e i 34 anni (72 individui); 12 meno di 20 anni, 18 hanno tra i 35 e i 65 anni e solo 3 persone sono over 65. Tali aspetti anagrafici sono molto importanti per una lettura socioeconomica

del fenomeno. Da una prima analisi si può affermare che: la quasi totalità del campione sa cosa sia l'agricoltura biologica, anche se non tutti in maniera completa e approfondita; il 49% dichiara di averne piena consapevolezza; il 44% ha una visione della tematica superficiale; il 7% non conosce affatto l'agricoltura biologica. Nonostante ciò dichiara la volontà e l'interesse ad approfondire tale argomento l'87% del campione. Quindi esistono ampi spazi per la divulgazione e la diffusione tecnica delle differenze tra agricoltura convenzionale e biologica che potrebbero essere ben occupati dalle istituzioni scolastiche e culturali in senso lato.

Graf. 1 - Percentuale di consumatori che conoscono la differenza tra alimenti biologici e non



Il *passaparola* sembra, tuttora, essere il metodo più efficace per l'approccio alla conoscenza del prodotto biologico (35%); seguito dal 21% tramite visione di pubblicità (Tv, internet, ecc.); il 12% direttamente nel punto vendita; l'1% tramite l'intervista in oggetto e il restante 31% con altre modalità. Per la specifica conoscenza del "biologico" nelle sue sfaccettature (normativa, etichettatura, certificazione, logo e diciture) è emerso che, in generale, solo la metà della popolazione di riferimento è informata a riguardo, e non sempre in maniera del tutto adeguata. Infatti il 50% ha poca conoscenza della normativa europea dell'etichettatura e della certificazione bio; il 56% sa distinguere il logo UE apposto sui prodotti biologici; il 53% presta attenzione al luogo di provenienza riportato sull'etichetta. Gravi carenze informative si hanno solo riguardo la differenza tra la dicitura "bio" e "in conversione all'agricoltura biologica", infatti il 19% ne è consapevole, mentre un 44% non sa nemmeno che esiste tale differenza. Siamo quindi di fronte ad un notevole *gap culturale* da colmare.

Canali di distribuzione del prodotto bio

Circa la metà (43%) di coloro che hanno risposto al questionario non esprime preferenze circa il punto vendita presso il quale acquistare prodotti biologici; la restante parte (57%) preferisce l'acquisto presso la grande distribuzione (39%) supermercati/ipermercati; 11% nei negozi specializzati e il restante 7% rivolgendosi direttamente al produttore o ai mercatini biologici.

In Umbria si sta affermando ed espandendo la presenza di *format* commerciali specializzati in cui oltre ad una vasta offerta di alimenti provenienti da agricoltura biologica si vendono anche prodotti per la cura del corpo (detergenti, cosmetici naturali, ecc.) e per la cura della casa (detersivi, ecc.). Gli sforzi effettuati dalle aziende, soprattutto a livello di contenimento prezzi e rotazione delle promozioni, in modo da favorire la fedeltà dell'acquirente bio, sono notevoli.

I negozi specializzati curano in modo particolare l'aspetto di valorizzazione del prodotto alimentare bio, proponendo, per esempio, mini corsi di cucina naturale, incontri formativi, divulgazione ecc. Tutto ciò rafforza molto il rapporto commerciale tra aziende produttrici e clientela aumentando la consapevolezza di acquisto.

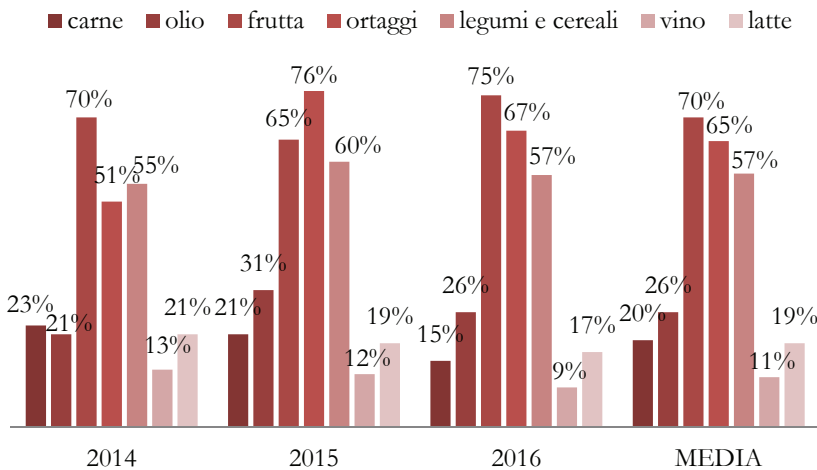
Percezione del consumatore sugli aspetti del prodotto bio

Quasi tutto il panel dei rispondenti concorda che il prodotto biologico sia migliore rispetto al non biologico per la salute (92%); per il minor impatto ambientale (96%); per il maggior benessere degli animali (95%). Si hanno delle perplessità solo circa il sapore, anche se comunque più della maggioranza (66%) ritiene che il bio sia migliore del convenzionale anche sotto questo aspetto. Mettendo a confronto le quattro caratteristiche appena citate (salute, sapore, impatto ambientale e benessere animale) il 77% è spinto all'acquisto del prodotto biologico fondamentalmente per motivi salutistici. Questo tipo di informazione è molto presente nei *social*, il timore di affrontare i sempre nuovi allarmismi alimentari (si pensi al recentissimo caso delle uova al fipronil), spingono fortemente le motivazioni di acquisto legate al *wellness* ed alla salute. Nutrirsi in modo bio e anche utilizzare prodotti cosmetici, detergenti *green* significa, ormai, per il nuovo consumatore, occuparsi del proprio benessere e dell'ambiente. Infatti il legame con l'agricoltura sostenibile è

sempre più percepito come fondamentale per il rispetto degli equilibri naturali e della biodiversità.

Per quanto riguarda la tipologia di acquisti generalmente effettuati dal consumatore (grafico seguente), si elencano le tipologie di alimenti biologici acquistati con più frequenza: frutta, ortaggi, legumi e cereali, olio e.v.o., carne, latte e vino (confronto anni di somministrazione questionario 2014-2016).

Graf. 2 - Tipologia di alimenti biologici acquistati con più frequenza

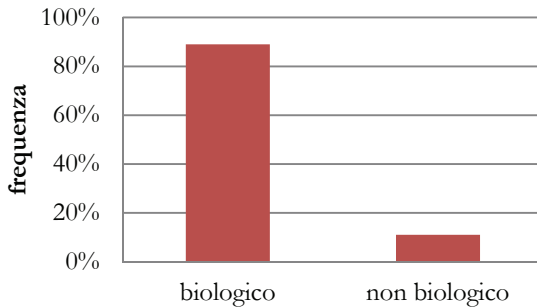


Molto interessanti sono le performances del vino biologico che complessivamente in Italia ha raggiunto, come vendite, la ragguardevole cifra di 275 milioni di euro (Nomisma, 2017), registrando un +34% rispetto al 2015. Il mercato interno è rappresentato da tutti i canali: GDO, negozi bio specializzati, enoteche, ristorazione/wine bar, vendita diretta, ecc. per il 30% del totale e il restante è realizzato sui mercati internazionali (in particolare Germania e USA).

L'ostacolo principale per i consumatori all'acquisto dei prodotti biologici rimane tuttora il prezzo, ritenuto eccessivo e infatti il 71% dichiara che costi troppo. Nella domanda in cui si richiede, a parità di prezzo, quale prodotto verrebbe acquistato, quasi la totalità del campione (89%) comprerebbe il biologico se il prezzo fosse uguale a quello proveniente da agricoltura convenzionale. La persistente crisi economica ha inciso molto sulle famiglie italiane nel settore alimentare e si cerca di limitare la

spesa, magari rinunciando anche a qualche prodotto biologico nonostante venga percepito come migliore.

Graf. 3 - Percentuale di consumatori che a parità di prezzo acquistano l'alimento biologico



Quando si adotta un comportamento alimentare attento al biologico si è molto interessati che anche “fuori casa” si possano rispettare le proprie convinzioni di consumo: a tal fine è stata posta una domanda riguardante proprio la frequentazione di ristoranti o agriturismi “biologici”. Si può notare che l’interesse è alto ma, come già notato in precedenza, il prezzo limita la scelta; infatti il 29% sarebbe invogliato a frequentare agriturismi/ristoranti bio a prescindere dal prezzo; il 49% solo se è conveniente; per il 17% è indifferente e il restante 3% non è interessato.

Considerazioni conclusive

L’evoluzione dell’agricoltura biologica regionale è stata caratterizzata fino al 2006 da una crescita costante del numero degli operatori e delle superfici, e poi da una lenta e progressiva flessione. Nel 2014 tale andamento negativo si è invertito e c’è stata una ripresa che ha portato ai valori attuali. Tuttora persistono delle criticità come la crescente complessità degli adempimenti amministrativi e i costi di certificazione, sempre più onerosi specie per i piccoli produttori. C’è anche da considerare la crescita delle produzioni biologiche di altri paesi europei ed extraeuropei con conseguente importazione di alimenti a prezzi più bassi rispetto a quelli nazionali, con una penalizzazione degli imprenditori locali. Elevate sono anche le difficoltà nella fase di

commercializzazione dei prodotti biologici locali, che non riescono ad accedere alla grande distribuzione nazionale, rimanendo così confinati nella vendita diretta o nei mercatini. Quindi l'offerta regionale risulta qualitativamente elevata e ben diversificata, ma non sufficientemente conosciuta nei canali commerciali di maggior diffusione. Quale risposta ci può essere ai nuovi trend ormai ben solidamente presenti nella nostra regione? Riteniamo che occorrerà decisamente favorire la sinergia tra produzione ed offerta al consumo; la società sta cambiando, il crescente mix etnico, l'aumento dei single, l'età media sempre più alta, ma soprattutto una maggiore coscienza ambientale, unita ad un uso diffuso di tecnologie, fa sì che si aprano nuovi spazi ai produttori bio medio-piccoli. Si cerca una minore quantità, ma una migliore qualità ed anche le nuove generazioni (*millennials* e *I-generation*) sono molto attente al biologico. Infatti questo tipo di agricoltura non è solo una tecnica agronomica ed una forma intelligente e responsabile di utilizzare le risorse naturali, ma anche una filosofia di vita, una scelta fatta con responsabilità verso se stessi e per le generazioni future, perchè *“la nazione che distrugge il suo suolo distrugge se stessa”* (Franklin Delano Roosevelt 32° Presidente degli Stati Uniti 1882-1945).

Riferimenti bibliografici

Bio Bank
2016 *Report*.

Bioreport
2015 *L'Agricoltura Biologica in Italia. 2014-2015*.

Coldiretti
2017 *Report*, 21 giugno.

Eurostat
2016 *The UE Organic Farming Revolution*.

Ismea
2016 *Report*, 8 settembre.

Mipaaf

2017 *Report*, 28 settembre.

Nomisma

2017 *Tutti i numeri del bio italiano*, Osservatorio SANA.

2016 *Report*, ICE-SANA.

Sinab Bio

2016 *Report*.