



## SOMMARIO – n. 5 – 15 Novembre 2012

- Il Sistema di Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica (SINAB): il biologico in rete – Quattro domande a Francesco Giardina
- Intervista a Giovanni Ranaldo, Presidente dell'OP Ortofrutticola Jonica
- Mense bio nelle scuole: i dati Bio Bank
- Bio in altri mercati: la Svezia
- Organismi di Controllo nel biologico: CCPB
- Eventi
- Dicono del Bio

## Il Sistema di Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica (SINAB): il biologico in rete

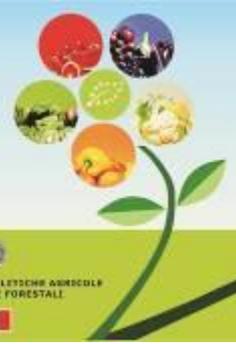


*Quattro domande a Francesco Giardina –  
Coordinatore del progetto presso il MiPAAF*

**Il SINAB è un progetto che ha compiuto 12 anni e si avvia verso la maggiore età. Con quali obiettivi è nato e si è sviluppato?**

Il quadro istituzionale dell'agricoltura biologica, in Europa ed in Italia, è molto complesso: molti sono gli attori che giocano un ruolo nel sistema, ciascuno con il proprio specifico compito e con le sue specifiche responsabilità. Di conseguenza anche le informazioni che ruotano attorno a questo mondo sono molto numerose e, spesso, anche di difficile comprensione.

Già nel 2000, quando ancora il biologico aveva un peso molto diverso da quello che riveste oggi, il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali aveva intuito che, per favorire uno sviluppo armonico del settore, era necessario provare a mettere un po' di ordine e favorire un accesso più semplice e diretto alle informazioni di settore. Il progetto SINAB – Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica, nasce infatti nel dicembre del 1999 e la sua gestione viene affidata all'Istituto Agronomico Mediterraneo di Bari (IAMB), da quella data ha operato con continuità presso il Ministero, avvalendosi di specifiche professionalità dello IAMB.



## **Come è strutturato il progetto e quali sono i punti di forza?**

Le aree tematiche su cui il progetto si concentra riguardano principalmente la normativa (europea, nazionale e regionale), i dati statistici, i documenti tecnici, le attività di ricerca e sperimentazione e le diverse iniziative di comunicazione, oltre che una nutrita informazione su appuntamenti, rassegna stampa e news, e con focus specifici sulle attività delle Regioni per il biologico.

Per lo sviluppo di tutto ciò il progetto SINAB prevede una parte di centro servizi, con attività di back office per l'elaborazione delle informazioni, ed uno sportello informativo, il cui cuore pulsante è il sito [www.sinab.it](http://www.sinab.it) con la relativa newsletter.

## **Ma il punto di maggior rilievo per cui il SINAB è conosciuto riguarda le analisi statistiche che ogni anno vengono pubblicate?**

Fin dalla sua istituzione il SINAB si è impegnato per fornire dei dati statistici relativi, in particolar modo, al numero di operatori ed alla superficie coltivata in biologico, cercando di trasformare le informazioni di natura amministrativa, che arrivavano al Ministero, in dati statistici utili a rappresentare le evoluzioni del settore.

Questa attività è stata resa possibile grazie alla collaborazione degli Organismi di Controllo, che forniscono periodicamente i loro dati al Ministero, e che il SINAB elabora, anche per poter rispondere alle richieste che vengono avanzate in ambito europeo, ad esempio da EUROSTAT.

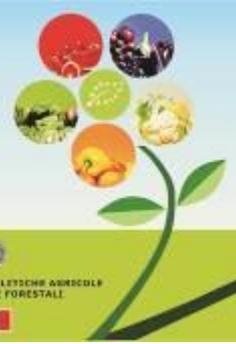
La raccolta dei dati e l'analisi degli andamenti è in continua evoluzione e il lavoro svolto dal SINAB si sviluppa cercando sempre di fornire informazioni quanto più dettagliate possibile. In questo senso lo sforzo per informatizzare i

dati di settore che il Ministero sta mettendo in piedi, è un elemento di assoluta novità ed essenziale anche ai fini del lavoro statistico che viene portato avanti nell'ambito del progetto.

## **Quali prospettive per il futuro del progetto SINAB?**

Due sono gli importanti obiettivi che si vogliono perseguire nel prossimo futuro: da un lato l'ampliamento della tipologia di informazioni gestite nell'ambito del progetto SINAB e dall'altro il miglioramento della divulgazione delle informazioni, attraverso un rinnovamento ed un ampliamento delle modalità di comunicazione.

Entrambi gli obiettivi potranno essere raggiunti attraverso una collaborazione, che è stata già avviata, dello IAMB con ISMEA nella gestione del progetto SINAB. In tal modo, sempre nell'ambito delle attività stabilite in accordo con il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, il sito SINAB, riprogettato anche in una nuova veste grafica, si potrà arricchire delle numerose informazioni che ISMEA periodicamente produce ed utilizzare nuove forme di comunicazione rese oggi disponibili dall'evoluzione della tecnologia.



## Intervista a Giovanni Ranaldo, presidente dell'OP Ortofrutticola Jonica

L'OP Ortofrutticola Jonica Soc. Cons. a r.l. nasce nel 2005 dalla volontà e dalla forte motivazione di alcuni imprenditori ortofrutticoli che nello strumento dell'Organizzazione di Produttori avevano individuato un passaggio fondamentale di crescita sociale ed economica.

L'OP Jonica da maggio 2011 è diventata Organizzazione specializzata nella produzione e vendita di ortofrutta biologica, ottenuta con idonee pratiche colturali e tecniche di produzione che rispettano l'ambiente e favoriscono la biodiversità.

Grazie anche alle attività progettuali poste in essere tramite l'attuazione dei programmi operativi, l'OP Jonica ha centralizzato alcune attività finalizzate alla razionalizzazione dei costi nella fase della produzione e, per migliorare il proprio posizionamento sul mercato del fresco, sia nazionale che estero, negli ultimi anni ha partecipato alle più importanti rassegne internazionali di settore (Fruitlogistica, Biofach).

L'OP Ortofrutticola Jonica Soc. Cons. a r.l. commercializza, con il marchio Jonicabio, prodotti freschi in applicazione dei protocolli Global Gap e IFS, per i quali è certificata dal 2006.

L'OP associa 35 aziende ortofrutticole che coltivano sia frutta (uva da tavola, agrumi, angurie, meloni, ciliege ed albicocche) che ortaggi (cavolfiore, cavolo verza, cavolo cappuccio, cavolo broccolo, cavolo rapa, romanesco, finocchio, insalate, cicorie, bietole, porri, fragole, zucche ed erbe aromatiche) per una superficie di circa 600 ettari di terreno ubicati nell'arco jonico metapontino. Tutte le fasi, dalla produzione

alla commercializzazione, sono opportunamente controllate e tracciate da un efficiente servizio tecnico. Il magazzino di lavorazione e condizionamento, ubicato in agro di Montescaglioso (MT), è una moderna struttura dotata di circa 6400 metri quadrati coperti e nove celle di refrigerazione per complessivi 12000 metri cubi. La struttura è interamente adibita e certificata per la lavorazione di prodotti biologici.

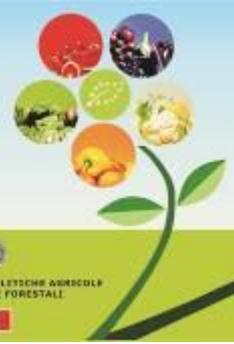


Giovanni Ranaldo, Presidente dell'OP Ortofrutticola Jonica fin dalla sua costituzione, risponde alle nostre domande:

### 1) Qual è il profilo dei vostri clienti e quali sono i principali mercati riferimento?

Il principale mercato di riferimento è la Germania, con la quale si sviluppa il 60% circa del fatturato globale dell'azienda; la restante parte lo si fa sul mercato interno e, in piccole quote, in Scandinavia e Inghilterra.

Il profilo del nostro cliente tipo è quello dei grossisti e, soprattutto per la Germania, dei distributori del mercato specializzato. Ad oggi riteniamo che tali clienti siano i più adatti al target produttivo della nostra azienda, che si contraddistingue per una offerta molto



variegata e quantità non eccessive di ogni singolo prodotto.



**2) Per poter offrire una gamma di prodotti così vasta, di quali specificità operative dovete tenere conto?**

Indubbiamente va dato merito ai nostri soci dell'impegno profuso per la coltivazione di così tanti prodotti, assistiti in questo dalla competenza del servizio tecnico della OP. Nondimeno la fase del post raccolta, dalla logistica del conferimento sino alle fasi successive di condizionamento, lavorazione e confezionamento, vengono gestite con estrema perizia e professionalità dal personale di magazzino che, in questi anni, ha acquisito notevole professionalità nella lavorazione delle varie referenze e nella composizione di bancali misti.



**3) Quali sono le difficoltà che la vostra Organizzazione affronta in Italia per la commercializzazione dei prodotti "biologici"?**

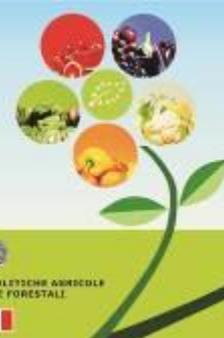
Il fatto che il consumo di prodotto biologico sia più diffuso soprattutto nell'Italia centro settentrionale fa intendere che, in effetti, stiamo parlando di un mercato abbastanza ristretto e frammentato, sia per i distributori specializzati che per la grande distribuzione. In quest'ultima la vendita di prodotto biologico è ancora poco diffusa, tranne poche eccezioni che, comunque, non sono facilmente raggiungibili.

**4) Quali sono i vostri progetti futuri in funzione delle possibilità di sviluppo del mercato biologico?**

La consuetudine, per la nostra azienda, di introdurre ogni anno nuove referenze nella già di per sé ampia gamma offerta, indica chiaramente che tale tipo di servizio viene ritenuto importante per il mantenimento di posizioni strategiche con l'attuale clientela e per acquisirne di nuova. Parallelamente stiamo pensando di investire nella distribuzione diretta, visto l'interesse che il consumo di prodotto bio comincia a suscitare anche all'interno del nostro territorio.

**jonicabi** 

OP ORTOFRUTTICOLA JONICA  
C.da Lama di Pozzo, sn  
74025 Ginosa (TA)  
Tel : 0835-201986  
[internos@opjonica.it](mailto:internos@opjonica.it)



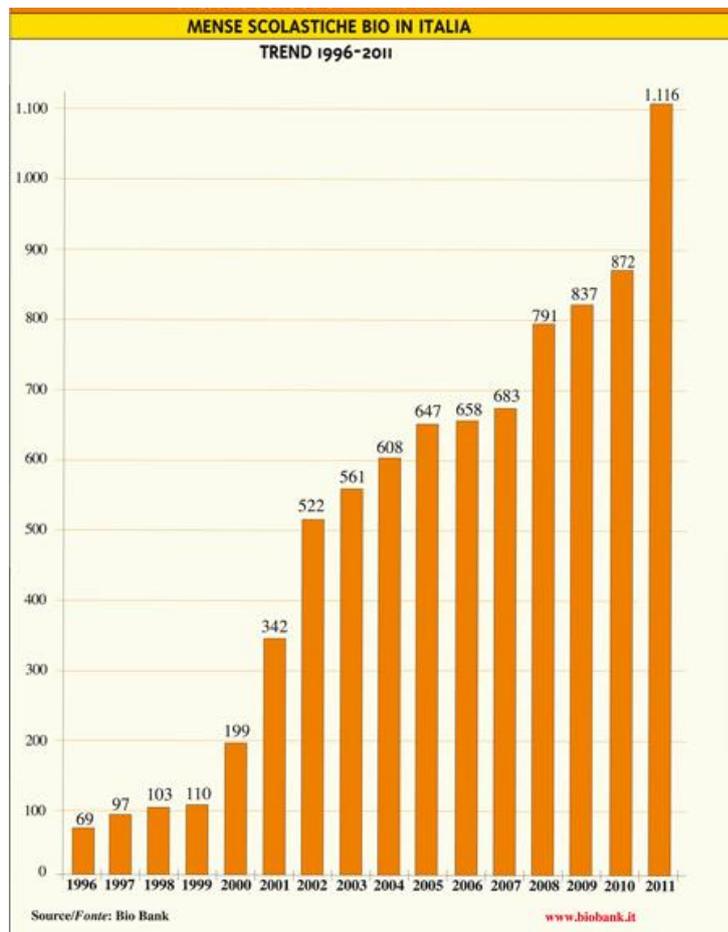
## Mense bio nelle scuole: i dati Bio Bank

*Diminuiscono le risorse pubbliche, ma contemporaneamente aumenta la consapevolezza. La tenuta delle mense scolastiche biologiche in Italia, sotto la pressione della crisi, si regge anche sull'equilibrio di questi due vasi comunicanti.*

### Mense e pasti: i dati Bio Bank

Nonostante la crisi, sulla scelta del biologico nelle scuole non si torna indietro lo confermano anche i dati Bio Bank. Sono 1.116 le mense bio rilevate nel 2011 rispetto alle 872 del 2010, con una crescita del 28%.

Un censimento realizzato grazie alla collaborazione delle aziende di ristorazione che hanno segnalato l'impegno di tanti piccoli comuni. (vedi tabella Mense bio in Italia e grafico Mense bio 1996-2011).



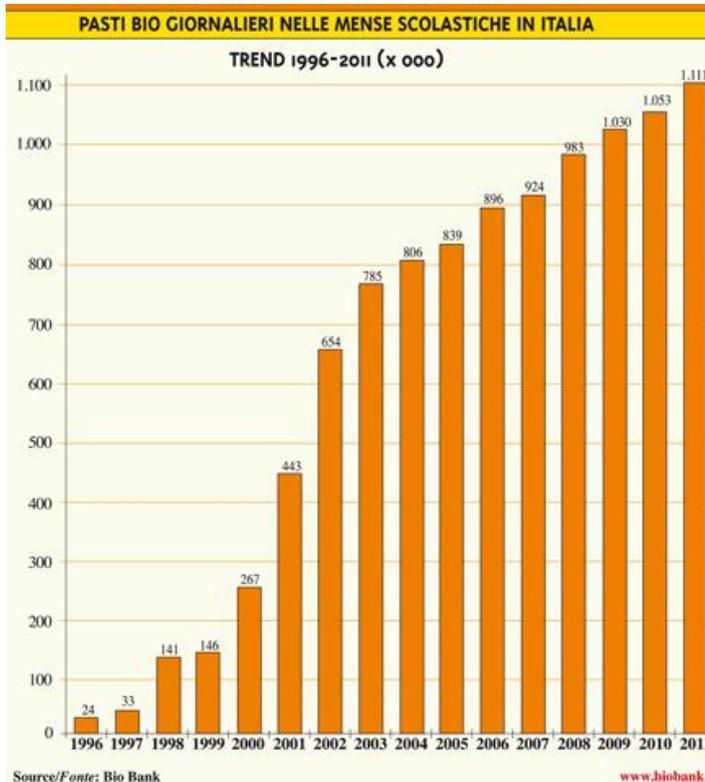
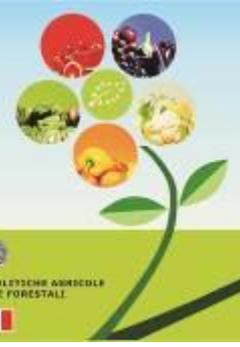
MENSE SCOLASTICHE BIO IN ITALIA		
2011		
Region/Regione	n.	%
PIEMONTE	86	7,7
VALLE D'AOSTA	1	0,1
LIGURIA	32	2,9
LOMBARDIA	193	17,3
TRENTINO-ALTO ADIGE	68	6,1
VENETO	131	11,7
FRIULI-VENEZIA GIULIA	79	7,1
EMILIA-ROMAGNA	175	15,7
<b>NORTH/NORD</b>	<b>765</b>	<b>68,5</b>
TOSCANA	122	10,9
MARCHE	31	2,8
UMBRIA	7	0,6
LAZIO	48	4,3
<b>CENTRE/CENTRO</b>	<b>208</b>	<b>18,6</b>
ABRUZZO	15	1,3
MOLISE	1	0,1
CAMPANIA	14	1,3
PUGLIA	56	5,0
BASILICATA	20	1,8
CALABRIA	7	0,6
<b>SOUTH/SUD</b>	<b>113</b>	<b>10,1</b>
SICILIA	13	1,2
SARDEGNA	17	1,5
<b>ISLANDS/ISOLE</b>	<b>30</b>	<b>2,7</b>
<b>ITALY/ITALIA</b>	<b>1.116</b>	<b>100,0</b>

Source/Fonte: Bio Bank [www.biobank.it](http://www.biobank.it)

Fortissima la concentrazione al nord, con 765 realtà, pari al 68,5% del totale.

La classifica per numero assoluto di mense bio vede in testa la Lombardia con 193 realtà, pari al 17,3% del totale, che sorpassa per la prima volta l'Emilia-Romagna, regione guida delle mense bio dal 1996 al 2010. Al terzo posto il Veneto.

Il Trentino-Alto Adige si conferma, invece, prima regione per densità, con più di 6 mense bio ogni 100.000 abitanti, contro una media nazionale di 1,8. Seguono Friuli-Venezia Giulia ed Emilia-Romagna.



Diversificata la scala dimensionale delle varie mense bio presenti in Italia: il 33% del totale prepara fino a 300 pasti giornalieri, il 20% da 301 a 600, il 19% da 601 a 1.500, l'11% oltre 1.500 pasti, mentre il 16% delle mense non ha dichiarato il numero di pasti.

Il numero delle mense bio comprende il numero dei comuni che hanno scelto di introdurre in tutto o in parte prodotti bio nelle scuole pubbliche e il numero delle scuole private che hanno optato per il bio. Le cucine sono molte di più e ancora di più sono i luoghi di refezione.

I pasti giornalieri sono invece arrivati a 1.111.000, contro i 1.053.000 del 2010 (+5,5%). Un dato sicuramente sottostimato, considerando le 180 mense che non hanno dichiarato il numero di pasti o che sono in fase di censimento (tabella Pasti bio in Italia, grafico Pasti bio 1996-2011).

Il numero dei pasti giornalieri comprende quelli con l'intero menù bio, con molti prodotti bio, con alcuni prodotti bio o con una sola portata bio.

La scelta di censire tutte le realtà che hanno introdotto alimenti bio, anche quelle con una sola portata, tiene conto della gradualità di inserimento di questi prodotti nelle scuole, una sorta di percorso a tappe. Qualcuno si perde per strada, ma i più proseguono, ampliando la gamma di prodotti bio utilizzati, anno dopo anno.

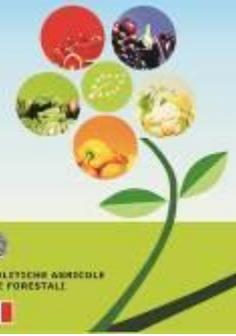
Il censimento dettagliato per ogni comune e scuola privata è pubblicato sulla 18a edizione dell'annuario del biologico Tutto Bio 2012, dove è indicata anche la percentuale di materie prime bio utilizzate. L'annuario, che riporta i dati di 9.500 operatori del bio in Italia, presenta inoltre il rilevamento delle aziende che operano nella ristorazione scolastica.

### I protagonisti del catering

Per quando riguarda la gestione della ristorazione scolastica, la formula dell'appalto è nettamente prevalente. E' scelta infatti dal 71% delle mense. Il 12% delle realtà censite ha optato per la gestione diretta, il 9% per quella mista. Solo l'1% delle mense non ha dichiarato il metodo di gestione.

Secondo il censimento Bio Bank effettuato presso i protagonisti del catering, le prime tre aziende di ristorazione scolastica, in base alla percentuale di materie prime bio utilizzate in cucina, risultano Mercuria di Milano con il 95%, seguita da Dussman Service di Bergamo e RR Puglia di Bari, entrambe con l'80%.

Prendendo in esame il numero di comuni serviti, le prime tre sono: Camst di Bologna con 588 comuni, seguita da Cir Food di



Reggio Emilia con 413 e Sodexo Italia di Milano con 338. Seguono con ampio distacco le altre.

Alla guida della classifica per numero di pasti serviti ogni anno nelle scuole della Penisola, troviamo Sodexo Italia con oltre 32 milioni di pasti, segue Cir Food con 31,6 milioni e Serenissima Ristorazione con 28,5 milioni (tabella Ristorazione scolastica in Italia).

tratto da [www.sportellomensebio.it](http://www.sportellomensebio.it)

“A scuola il biologico resiste alla crisi: oltre 1.100 le mense”

di Rosa Maria Bertino, *Ristorazione Collettiva marzo-aprile 2012*

RISTORAZIONE SCOLASTICA IN ITALIA			
2011			
Catering company Azienda di ristorazione	meals/year pasti/anno n.	municipality comuni n.	organic food cibo bio %
Avenance Italia (Mi)	13.800.000	150	45
Camst (Bo)	25.700.000	588	65
Cir Food (Re)	31.600.000	413	67
Compass Group Italia (Mi)	13.000.000	83	35
Dussmann Service (Bg)	2.800.000	75	80
Euroristorazione (Vi)	3.438.000	73	30
Eutourist Serv-System (To)	4.072.000	13	30
Gemeaz Cusin (Mi)	16.716.000	137	47
Mercuria (Mi)	2.700.000	103	95
Milano Ristorazione (Mi)	18.491.000	1	15
RR Puglia (Ba)	1.975.000	14	80
Serenissima Ristorazione (Vi)	28.500.000	91	15
Serist (Mi)	3.203.000	27	30
Sodexo Italia (Mi)	32.562.000	338	26
Vivenda (Rm)	18.956.000	61	26

Source/Fonte: Bio Bank [www.biobank.it](http://www.biobank.it)

## Bio in altri mercati: la Svezia

Svezia: Area: 449.964 kmq  
Popolazione: 9,2 milioni

### Il mercato del bio in Svezia

Coop ([www.coop.se](http://www.coop.se)), il gruppo leader della distribuzione al dettaglio svedese, registra un aumento delle vendite di prodotto biologico nel 2009 del 18%. L'aumento è ancora più significativo perché viene in un periodo di crisi economica e perché segue un 2008 in cui le vendite biologiche nella stessa catena sono aumentate del 45%.

### Elevati i consumi pubblici bio in Svezia

Non crescono solo i consumi domestici, ma anche quelli pubblici (20.8% di incremento nel 2008).

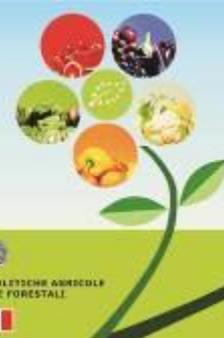
Già dal 2006, il ministro per l'agricoltura, l'alimentazione e la tutela dei consumatori,

aveva presentato un piano ambizioso per il settore biologico: l'obiettivo del governo era aumentare gli acquisti pubblici di prodotti biologici fino al 25%.

Secondo l'ultimo rapporto di EkoMatCentrum ([www.ekocentrum.info](http://www.ekocentrum.info)), sugli acquisti di alimenti biologici da parte degli enti pubblici, complessivamente, nel 2008, a livello nazionale, l'aumento è stato superiore al 20%.

Per stimolare gli amministratori locali al maggior impegno per il conseguimento dell'obiettivo governativo, è stata addirittura programmata la serie di seminari pubblici nelle principali città.

Di recente è stato introdotto l'uso di prodotti biologici anche nel rancio dell'esercito.



Si stima che ogni due prodotti biologici venduti in Svezia, uno sia importato. La situazione di dipendenza dall'import è netta per il comparto ortofrutticolo.

### Il flusso distributivo in Svezia

I due principali canali di distribuzione di alimenti bio sono la GD e gli importatori specializzati biologici, ma sono presenti anche alcuni grandi importatori, in particolare per l'ortofrutta. Ica, Coop e Axfood assieme rappresentano oltre l'80% del mercato alimentare nazionale e gestiscono direttamente o con proprie società la maggior parte delle importazioni, rivolgendosi a importatori esterni solo per una quota minoritaria. Per gli importatori specializzati, l'80% dei prodotti passa per la GD, circa il 7% per le vendite dirette delle aziende agricole, solo il 10% passa per il dettaglio specializzato. Gran parte dell'ortofrutta consumata in Svezia è d'importazione: in particolare il 90% della frutta ed il 40% circa degli ortaggi sono di origine estera. La distribuzione delle importazioni è indicata nella tabella seguente:

#### Import di prodotto biologico in Svezia

Carne e derivati	2,50
Lattiero caseari	0,35
Ortaggi e funghi	8,35
Frutta e piccoli frutti	26,01
Riso, pasta, legumi, spezie, frutta secca	7,66
Bevande	1,69
Caffè, tè, cacao	3,87
Surgelati	2,00
Altro	21,07
<b>Totale</b>	<b>100,00</b>

Dati da [www.interbio.it](http://www.interbio.it)

Per alcuni prodotti l'aumento dell'import è dipesa dagli standard Kav (si possono trovare nel sito [www.krav.se](http://www.krav.se)).



Il dettaglio specializzato in Svezia è di dimensioni contenute. In questi, i prodotti che hanno raggiunto la maggior diffusione sono gli ortaggi, i prodotti a base di cereali, il latte, le uova e gli alimenti per l'infanzia.

La figura del grossista è di rilievo minore, stante la concentrazione della distribuzione.

Tra i pochi distributori indipendenti si segnalano Kung Markatta (60% delle vendite ai negozi specializzati, 25% alla distribuzione associata e alla GDO) e BioFood.

### Il consumo bio in Svezia

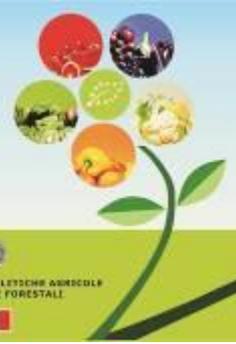
“Konsumentverket”, l'organizzazione di consumatori, ha rilevato che il 10% della spesa totale per i prodotti alimentari di quattro svedesi su dieci va in prodotti biologici, e che più della metà dei prodotti alimentari acquistati da un decimo di svedesi è biologico. Un terzo delle vendite biologiche in Svezia è rappresentato da prodotti lattiero-caseari. Il 15% della spesa alimentare va in bevande alcoliche e il 10% in pasticceria e dolci.

Il consumo di prodotti biologici, in costante crescita, è intorno al 3% (circa 70 euro/anno pro capite). La percentuale chiaramente non è costante: per uova e lattiero caseari è di circa il 7%, per gli ortaggi siamo intorno al 4%, come pure per frutta, caffè, tè e cioccolata.

Di circa il 3% la quota della carne del 2% quella del pane. Secondo l'istituto pubblico svedese di statistica, i succhi di frutta biologici incidono per meno dell'1% sul fatturato della categoria, e la quota è praticamente inavvertibile per pesce e pasticceria.

Il peso delle categorie merceologiche sul fatturato biologico complessivo vede in testa quella lattiero-casearia (52%), seguita dalla carne (14%), dalle uova (14%) e dall'ortofrutta (10%). Il 7% degli svedesi è consumatore assiduo di prodotti biologici e il 48% li compra occasionalmente.

Fonte [www.interbio.it](http://www.interbio.it)



## Organismi di Controllo nel biologico: CCPB

*Introduciamo a partire da questo numero della nostra newsletter una nuova rubrica dedicata alla presentazione degli Organismi di Controllo che operano per la certificazione dei prodotti da agricoltura biologica.*



Nel 2013 CCPB festeggerà venticinque anni di presenza nel settore delle produzioni biologiche. In questi anni di attività CCPB si è affermato come punto di riferimento per la garanzia delle produzioni biologiche e non solo. Oggi, infatti, certifica quasi 4000 aziende che producono biologico, e qualche altro migliaio tra le filiere di prodotto agroalimentare e non.

Come organismo di certificazione, oltre ad essere autorizzato dal MIPAAF (Ministero per le Politiche agricole e forestali), per la conformità al regolamento CE 834/07, ottenne l'accreditamento da parte di ACCREDIA per la conformità alla Norma UNI CEI EN 45011.

Guardando in prospettiva globale CCPB è stato il primo organismo di certificazione italiano ad esser riconosciuto dall'USDA

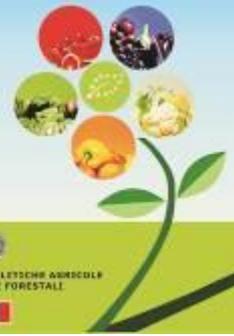
negli USA per la legge federale sul biologico, e vanta autorizzazioni rilasciate dall'IFOAM per gli standard internazionali sul biologico, vanta infine accreditamenti in Giappone per il JAS, in Canada per il COR. Rispetto agli standard privati CCPB effettua ispezioni per il Bio Suisse in Svizzera, Krav per il mercato svedese, Soil Association per il Regno Unito, Naturland per il mercato tedesco, AB per quello francese, Debio per il mercato norvegese, Sisorg per il biologico destinato al Brasile e FIPA per la Corea.

CCPB opera inoltre nel settore food essendo riconosciuto ed accreditato secondo i più importanti standard internazionali fra cui GLOBALGAP, ISO 22005, UNI 11233 (Produzione Integrata) ed offrendo la certificazione di prodotto agroalimentare nella sua generalità in base a caratteristiche di processo e/o di prodotto definite.

Da quattro anni CCPB guida un gruppo di lavoro per applicare i principi ed i criteri della sostenibilità ambientale a molte produzioni con uno schema di certificazione e valutazione degli impatti ambientali (gas serra, consumo idrico, uso del suolo, ecc.), attraverso il metodo LCA (Life Cycle Assessment) per il quale ha coinvolto i principali enti ed istituzioni scientifiche italiane esperte in materia di sostenibilità e sua valutazione.

Scorrendo gli altri settori, dal 2004 CCPB ha sviluppato anche un'area che si occupa di certificazione della cosmesi biologica e naturale, sia con lo standard internazionale NATRUE che con propri schemi privati.

Rimanendo in ambito "no-food", CCPB è riconosciuto ed accreditato ad operare nella



certificazione del tessile biologico secondo gli standard internazionali GOTS (Global Organic Textile Standard) e TE (Textile Exchange): standard internazionali privati che consentono di estendere il concetto di biologico al di là dell'alimentare e di quanto definito dalle norme pubbliche del settore.

Nel comparto del verde pubblico o privato CCPB rilascia poi una certificazione che attesta che le aree a verde ornamentali siano state certificate secondo lo standard BIO-HABITAT, uno standard che definisce la gestione biologica delle aree soggette a controllo e certificazione e che si basa sui principi



dell'agricoltura biologica così come stabiliti nel Reg. CE 834/2007.

In conclusione CCPB ritiene che la certificazione possa rivestire un significato e un ruolo fondamentali per la crescita competitiva dei settori produttivi cui è applicata. È bene ricordare come da tutte le ricerche di mercato emerga come il consumatore si fidi della certificazione, per definizione terza e indipendente, e come tutto il sistema produttivo ne tragga giovamento non solo in termini di successo nel proprio mercato, ma anche attraverso un miglioramento generale e costante dei processi assoggettati all'attività di controllo e certificazione.

## Eventi

Vi segnaliamo alcuni appuntamenti:

### FIERE - In Italia

#### **BIOLIFE 2012**

Bolzano, 30 Novembre - 2 Dicembre 2012  
Fiera dei prodotti biologici e naturali.  
[www.fierabolzano.it/biolife/](http://www.fierabolzano.it/biolife/)

### FIERE - All'estero

#### **NATURELLIA - Roche Sur Foron (Francia)** 23/25 Novembre 2012

Alimentazione bio, salute e benessere, abitazioni ecologiche ed energie rinnovabili.  
[www.naturellia.com](http://www.naturellia.com)

#### **SIAL MIDDLE EAST - Abu Dhabi (Emirati Arabi Uniti)** 26/28 Novembre 2012

Una grande fiera alimentare con una sezione dedicata al bio.  
[www.sialme.com](http://www.sialme.com)

#### **MENOPE 2012 - Middle East Natural & Organic Product Expo**

Dubai (Emirati Arabi Uniti) 27/29 Novembre 2012

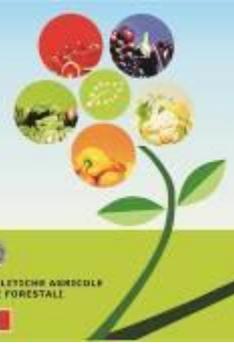
La più grande fiera internazionale dei prodotti bio e naturali del Medio Oriente  
[www.naturalproductme.com](http://www.naturalproductme.com)

#### **AGRIPRO ASIA - Hong Kong Cina** 5/7 Dicembre 2012

Una grande fiera alimentare con una sezione bio.  
[www.verticalexpo.com](http://www.verticalexpo.com)

### Altre manifestazioni:

**Mens(A)Sana:** ristorazione sostenibile nelle scuole



## Dicono del Bio

«TESCO lancia le nuove veg box bio per i consumatori londinesi»

Si riporta integralmente l'articolo pubblicato su:

**Italiafruit news** – il 23 ottobre 2012



23/10/2012

### TESCO LANCIA LE NUOVE VEG BOX BIO PER I CONSUMATORI LONDINESI

Tesco è pronto a lanciare sul mercato, già dal prossimo mese, una **vegetable box di prodotti biologici** per i consumatori londinesi.

La notizia è stata data appena una settimana dopo l'annuncio dell'acquisto dello specialista delle "organic vegetable box", [Abel & Cole](#), da parte di [William Jackson Food Group](#).

Le confezioni saranno disponibili in **5 diverse misure** sul sito [Soilandseeds.co.uk](#), del fornitore scozzese Tio, e su [Tesco.com](#).

Tesco aveva già tentato di entrare in questo mercato, offrendo box in store nel corso di test svolti nel 2006 ma ora la collocazione dei prodotti sarà migliore grazie allo sviluppo di una rete di distribuzione londinese.

Il mercato delle veg box bio è dominato da Abel & Cole e dal suo principale competitor [Riverford Organic Farm](#): entrambi gli operatori sono soliti inviare direttamente mail pubblicitarie ai consumatori, sottolineando le loro qualità sotto il profilo etico e mostrando i diversi servizi offerti creati su misura per i clienti. Tuttavia, di recente Abel & Cole è stato duramente criticato dai consumatori a causa delle numerose telefonate effettuate dal suo call center e per la decisione di sospendere il servizio di consegna durante il week end. La fidelizzazione dei clienti Tesco nei confronti dell'insegna e il servizio garantito 7 giorni su 7 pone dunque il distributore in deciso vantaggio.

La scelta di Tesco è stata dettata da una serie di valutazioni in merito alle caratteristiche del settore: innanzi tutto è un comparto redditizio, tanto che lo scorso anno le vendite di Abel & Cole sono state pari a 46 milioni di sterline; inoltre, entrare in questo mercato permetterà a Tesco di raggiungere più facilmente le fasce più alte di consumatori. Non bisogna dimenticare, infine, che entrando in questo mercato non dovrà più competere contro i suoi tradizionali "avversari" Asda e Sainsbury's.

Gli analisti sono stati sorpresi della mossa di Tesco, compiuta in anticipo rispetto ai competitor che tradizionalmente si rivolgono a una fascia di consumatori più elevata (Waitrose, Mark&Spencer e Sainsbury's) e dunque senza alcun dubbio in posizione più favorevole per l'entrata in un mercato premium.

Comunque le strutture già esistenti di Tesco e la bassa rischiosità legata al progetto fanno sì che si tratti di un tentativo che vale la pena fare. **Seb Powell, fondatore del farmer market on line Flavorbox**, ha accolto di buon grado la mossa di Tesco: "Nessuno finora ha trovato il modo per introdurre le veg box sul mercato di massa, tanto che tendono ad attecchire solo in certi segmenti. La proposta di Tesco non può che essere una buona cosa per l'espansione del biologico".

Fonte: RetailWeek