ASSOCIAZIONE NAZIONALE DELLE IMPRESE
DI TRASFORMAZIONE E DISTRIBUZIONE
DEI PRODOTTI BIOLOGICI

COMUNICATO STAMPA

Uniti per il biologico: strategie condivise per crescere in Italia e in Europa

*Per la prima volta, due realtà cardine del biologico italiano – **AssoBio** e il **Consorzio il Biologico** – uniscono i propri cammini per dare un segnale forte al settore con l'obiettivo di offrire un'occasione unica per rafforzare relazioni, condividere idee e costruire insieme il futuro del bio.*

Bologna, 28 maggio 2025 - Il 27 maggio, presso il **Savoia Hotel Regency** di Bologna, **AssoBio** e il **Consorzio il Biologico** hanno unito le forze in un evento che ha rappresentato una tappa importante per il settore del biologico in Italia. L'appuntamento ha coniugato il rinnovo degli impegni associativi, momento riservato ai soci e che si è tenuto nella prima parte della mattinata, con una giornata di dialogo, dati, visioni e formazione, per rafforzare un comparto sempre più strategico per la salute, l'ambiente e l'economia.

"È *stata una giornata intensa e simbolica per il futuro del nostro settore. Sono soddisfatta della partnership con Consorzio Il Biologico e ringrazio entrambi i Consigli per la fiducia che hanno riposto in questa collaborazione. Sappiamo che il biologico italiano ha bisogno di compattezza* - afferma **Nicoletta Maffini**, Presidente di **AssoBio**. *Questo evento è un esempio tangibile di come stiamo lavorando per fare sistema: superare le barriere e costruire insieme una nuova forza per il bio italiano in Europa!*"

Un messaggio condiviso anche da **Massimo Monti**, Presidente del **Consorzio il Biologico**, che ha scelto con convinzione la strada della sinergia: *"Credo che ieri sia stata una giornata molto importante e per questo vorrei ringraziare tutte le persone del Consorzio e di AssoBio che l'hanno resa possibile: a partire da Nicoletta Maffini e dal suo Direttivo fino al nostro Consiglio di amministrazione e alla nostra Direttrice Alessia Ferrucci Morandi. Intendiamoci bene: è stata "solo" la prima manifestazione concreta e ufficiale di un progetto la cui esecuzione è tutta da costruire e che ci vedrà tutti impegnati nei prossimi anni. Quindi "solo" il primo passo, ma il primo passo è una condizione necessaria per fare passi che seguiranno. La crescita del settore biologico in quantità, in qualità e in valore è un elemento centrale di miglioramento della nostra società ed è un obiettivo che dobbiamo e che possiamo perseguire solo lavorando assieme. Assieme e tenendo ben presente che un'equa, ed economicamente sostenibile, suddivisione del valore creato lungo la filiera è fattore di successo imprescindibile."*

I lavori si sono aperti alle ore 10.00 con le rispettive assemblee private dei soci delle due organizzazioni. Un momento riservato ma centrale è stato quello dell'assemblea privata di AssoBio, durante la quale è stato fatto il punto su attività, bilanci, modifiche statutarie e servizi. Tra gli interventi, anche quello di **Gabriele Papa Pagliardini**, Presidente di **FederBio Servizi**, società partner di AssoBio che offre supporto tecnico e consulenziale agli operatori, con condizioni agevolate per i soci. Nel corso dell'ultimo anno, il costante numero di soci rappresenta un segnale positivo che conferma la solidità dell'Associazione quale punto di riferimento per il biologico italiano, con una rete sempre più qualificata e impegnata nella crescita del settore. AssoBio – che riunisce realtà

attive nei settori della trasformazione, produzione, distribuzione, vitivinicolo e cosmesi – registra inoltre un incremento delle aziende operative nella produzione, a testimonianza di un interesse crescente verso i segmenti produttivi della filiera biologica. A questi dati si affiancano le numerose attività istituzionali portate avanti con i Ministeri dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, delle Imprese e del Made in Italy, della Salute e con l'Istituto Superiore di Sanità, oltre alla partecipazione alle principali fiere di settore come Marca, Biofach e Tuttofood. Particolarmente rilevante, inoltre, è la proposta formativa di AssoBio dedicata ai soci, che rappresenta un'importante occasione di aggiornamento e confronto. Da inizio 2025 ad oggi, sono stati realizzati tre moduli formativi gratuiti, che hanno offerto ai partecipanti un quadro chiaro ed esaustivo dei regolamenti comunitari e delle normative nazionali che disciplinano le produzioni biologiche.

Nella seconda parte della mattinata le due organizzazioni si sono unite per il primo dei due convegni aperto al pubblico. Dopo i saluti istituzionali della **Presidente Maffini** e del **Presidente Monti** si è subito dato spazio ai numeri, grazie all'intervento di **Nicola De Carne**, Retail Customer Success Leader di **NielsenIQ**, che ha presentato i dati aggiornati del mercato biologico italiano ed europeo: una fotografia del mercato e delle sfide da affrontare con strategia e visione condivisa. **Nel 2025**, il mercato del biologico in Italia ha confermato un'accelerazione significativa, segnando **un giro d'affari di 2,25 miliardi di euro nella Distribuzione Moderna**, con una **crescita del 5,6% a valore rispetto all'anno precedente.** Un dato ancora più rilevante se confrontato con il 2,8% del comparto alimentare nel suo complesso, a testimonianza di una **crescente attenzione da parte dei consumatori verso scelte più consapevoli e salutari.** L'assortimento medio dei prodotti bio è aumentato, così come l'intensità promozionale, mentre **i volumi crescono del 5,8%**, segnalando una domanda in consolidamento. Tra le aree più dinamiche, il Sud Italia spicca con un incremento a doppia cifra (13,3%), mentre canali come il discount (8,9%) e l'e-commerce (5,6%) mostrano grande vitalità. Le categorie in maggiore espansione riguardano soprattutto i prodotti legati al benessere: yogurt funzionali, semi, sostituti vegetali e piatti pronti salutistici. Un altro elemento chiave emerso dall'analisi riguarda il profilo dei consumatori. Le famiglie più coinvolte nel consumo di biologico sono quelle giovani con figli e reddito medio-alto, ma anche le famiglie mature con reddito basso giocano un ruolo importante. In particolare, si evidenziano margini di crescita tra i giovani a basso reddito, target che potrebbe essere intercettato meglio attraverso politiche di prezzo, comunicazione educativa e ampliamento dell'assortimento.

Prima di pranzo, un approfondimento con istituzioni italiane ed europee moderato da **Antonio Felice**, Direttore di **GreenPlanet**: "*Il futuro del biologico, tra politica, produzione e mercato*".
In collegamento da Bruxelles, **Eduardo Cuoco**, Direttore di **IFOAM Organics Europe**, è intervenuto portando il punto di vista delle istituzioni europee; **Simona Caselli**, Capo Affari Europei di **Legacoop Agroalimentare**, ha esposto la prospettiva cooperativa internazionale; **Maria Grazia Mammuccini**, Presidente di **FederBio**, ha affrontato i temi più urgenti per la filiera italiana; **Francesco Torriani**, alla guida del settore Agricoltura Biologica di **Confcooperative**, ha offerto il punto di vista degli agricoltori biologici e **Jacopo Gabriele Orlando**, Vice Presidente di **AssoBio**, ha chiuso il cerchio con una riflessione sulle azioni concrete da intraprendere. In questa occasione, AssoBio ha assunto l'impegno, insieme a Massimo Monti (Consorzio il Biologico) e a Maria Grazia Mammuccini (FederBio), di elaborare un documento congiunto che sintetizzi le richieste prioritarie del settore e definisca una posizione condivisa da portare con determinazione sui tavoli istituzionali europei. Un'iniziativa nata grazie anche al contributo attivo di Simona Caselli, con l'obiettivo di dare maggiore forza alla voce del biologico italiano nel contesto delle politiche comunitarie.

Dopo un'ampia sessione di pranzo dedicata al networking - un'ora e mezza di incontri, scambi e nuove opportunità tra soci, imprese e GDO presenti - la giornata ha proseguito con un momento di divulgazione dedicato alla ricerca scientifica IMOD (Italian Mediterranean Organic Diet), parte della campagna "*Il Bio dentro di noi*", promossa da **AssoBio**, **Consorzio il Biologico** e **FederBio**. In

collegamento da Roma, la Prof.ssa **Laura Di Renzo**, Direttrice della Sezione di Nutrizione clinica e Nutrigenomica, Università degli studi di Roma Tor Vergata, ha presentato i risultati dello studio che dimostra come la dieta mediterranea biologica abbia effetti tangibili sulla salute: dati alla mano, una dieta biologica contribuisce al miglioramento del microbiota, riduce batteri infiammatori fino al 50% e ha effetti positivi visibili sulla salute.

L'ultima parte della giornata è stata teatro di una tavola rotonda che ha messo a confronto esperienze e visioni su sinergie e sfide del mercato in compagnia di imprese e rappresentanti della GDO. "*Biologico, GDO e produzione: si vince insieme. Un confronto tra sfide di mercato e possibili sinergie*" è il titolo della sessione moderata da **Paola Piovesana** (Largo Consumo), capace di creare un'occasione di dialogo aperto tra aziende e insegne del retail che stanno scommettendo sul bio. **Fabio Brescacin**, Presidente **EcornaturaSì**, **Tiziano Manco**, Business Unit Director **Granarolo**, **Hervè Martin**, Responsabile PL e Assicurazione Alimentare **Carrefour Italia**, **Andrea Minarelli**, Responsabile Vendite Italia **Alce Nero**, **Elena Montanari**, National Category Manager **Conad**, **Carmen Quatrale**, Brand Manager **Viviverde Coop Italia** e **Claudio Rosti**, Sales Manager **Euro Company**, hanno parlato di sfide commerciali, opportunità di co-marketing e necessità di strategie condivise. Dalla tavola rotonda è emerso un messaggio forte e condiviso: il settore del bio è chiamato oggi a difendersi da una comunicazione che rischia di generare confusione nel consumatore attraverso claim come "zero residui" o "100% naturale". In un contesto segnato da crisi economiche e geopolitiche, che distolgono l'attenzione dalla sostenibilità, il biologico ha il compito di riaffermare con forza i propri valori, garantendo un'informazione trasparente e accessibile. La sfida più urgente è proprio quella comunicativa: spiegare in modo chiaro i benefici concreti e distintivi del biologico, bilanciando l'aspetto emozionale con quello tecnico. Solo così sarà possibile rafforzare la fiducia dei consumatori e sostenere una filiera equa, in cui il valore sia redistribuito con equilibrio tra tutti gli attori coinvolti.

Il biologico riguarda da vicino le nostre scelte quotidiane, la salute, l'ambiente, il futuro delle prossime generazioni e tutti coloro che credono in un'agricoltura più sana, sostenibile e giusta. La presidente Maffini, al suo terzo anno di presidenza, in questa occasione ha ribadito, con i fatti, il proprio impegno a rafforzare la rete tra gli attori del biologico, con l'obiettivo di promuovere una collaborazione sempre più stretta tra le imprese del settore. Favorire la conoscenza reciproca, costruire alleanze e sviluppare sinergie efficaci rappresentano le priorità per sostenere una crescita del comparto condivisa e sostenibile.

UFFICIO STAMPA ASSOBIO

Trefoloni e Associati
ufficiostampa@trefolonieassociati.com
348 4908595
www.trefolonieassociati.com

COMUNICAZIONE E MARKETING ASSOBIO

Simona Bruno
comunicazione@assobio.it
051 4210272