



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



THE EXTRAORDINARY
ITALIAN TASTE

Il mercato dei prodotti Agroalimentari Biologici in

BELGIO

INCOMING
OPERATORI ESTERI AL



30° salone internazionale
del biologico e del naturale



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



Belgio

Il mercato dei prodotti
biologici

agosto 2018

INDICE

1) ANDAMENTO CONGIUNTURALE.....	2
2) STRUTTURA DEL MERCATO BIOLOGICO.....	5
2.1. INTRODUZIONE.....	5
2.2. PRODUZIONE LOCALE.....	7
2.3. CONSUMO.....	8
2.4. CANALI DI DISTRIBUZIONE	10
3) QUADRO LEGISLATIVO	12
3.1. FINANZIAMENTI ALL'AGRICOLTURA BIOLOGICA.....	13
3.2. MARCHIO BIOGARANTIE.....	14
3.3. ORGANISMI DI CONTROLLO	15
4) MANIFESTAZIONI FIERISTICHE.....	17
5) TENDENZE E PROSPETTIVE A MEDIO E LUNGO TERMINE.....	17
6) CONCLUSIONI	18

1) ANDAMENTO CONGIUNTURALE

Secondo i dati della Banca Nazionale del Belgio (BNB), il 2017 ha confermato il buon andamento dell'economia belga, registrando un tasso di crescita del **PIL** dell'1,7%, seppur leggermente al di sotto del tasso di crescita registrato dai paesi limitrofi quali Francia (+2,0%), Germania (+2,3%) e Paesi Bassi (+3,2%). Le previsioni di crescita per gli anni a venire mostrano un mantenimento del tasso attuale per il 2018, per poi subire un lieve calo nel biennio successivo, ovvero crescere dell'1,6% e dell'1,4% per il 2019 ed il 2020 rispettivamente.

La spesa pubblica ha registrato un aumento significativo nell'ultimo anno, soprattutto se messa a confronto con il biennio precedente. Nel 2017 tale variabile è cresciuta dell'1,1%, cioè dello 0,6% in più rispetto al 2015 e 2016.

L'inflazione è ancora aumentata, registrando un incremento annuo del 2,1%, non di molto superiore al tasso di crescita registrato nel 2016 (+1,8%). Tale gap è comunque risultato sufficiente per rendere il Belgio relativamente più caro dei paesi confinanti, comportando i naturali effetti negativi in termini di competitività. Le previsioni mostrano tuttavia un'inversione di tendenza per i prossimi anni, il tasso di crescita dell'inflazione è infatti stimato a 1,6% per 2018, 2019 e 2020.

La disoccupazione, nel 2017 ha raggiunto un tasso del 7,2%, ovvero una diminuzione di 0,5 punti percentuali rispetto al 2016. Secondo le proiezioni elaborate dalla BNB, inoltre, il numero di disoccupati si ridurrà ulteriormente nel prossimo biennio, con un conseguente calo del tasso di disoccupazione, che dovrebbe scendere al di sotto del 7% entro il 2019.

Negli ultimi anni l'elevato **debito pubblico** ha destato molti timori sul piano della sostenibilità delle finanze pubbliche. **Il rapporto debito/PIL**, aumentato di circa 20 punti percentuali negli ultimi otto anni (passando dal 86,9% del 2007 al 106% nel 2016), ha finalmente cominciato a calare. Nel 2017, infatti, il rapporto debito/PIL è notevolmente sceso raggiungendo il 103,3%. Le previsioni della BNB indicano inoltre un ulteriore miglioramento negli anni a venire e stimano che il Belgio possa arrivare a raggiungere il 100,5% nel 2020.

In linea con l'evoluzione del debito pubblico, la situazione contabile è migliorata nel 2017, **il deficit di bilancio** si è infatti dimezzato arrivando al -1,2% del PIL. La BNB ha stimato un leggero incremento del deficit di bilancio per i prossimi anni, che comunque non dovrebbe oltrepassare l'1,5% del PIL, restando al di sotto della soglia limite del 3% del PIL fissata dal Patto di Stabilità.

Il mantenimento di una politica monetaria accomodante ha poi certamente facilitato le condizioni di accesso al credito con effetti positivi sulle imprese e sulle famiglie. I **consumi privati** nel 2017 sono ancora aumentati dell'1,1% rispetto all'anno precedente.

Anche la **fiducia dei consumatori** si è generalmente rafforzata durante il 2017. Nonostante i dati del primo quadrimestre non fossero particolarmente positivi, la situazione è notevolmente migliorata con l'avanzare dei mesi ed ha raggiunto un apice in chiusura dell'anno. I primi dati del 2018 confermano il mantenimento di tale trend positivo.

Il clima aziendale ha continuato a rafforzarsi nei **servizi alle imprese** e, in misura minore, nell'industria manifatturiera, incoraggiata dal miglioramento delle prospettive lavorative. D'altra parte, dopo un miglioramento osservato a gennaio, la fiducia delle imprese si è indebolita nel settore delle costruzioni e nel commercio.

I dati più recenti messi a disposizione dall'Agenzia per il commercio estero belga riconfermano il Belgio quale **economia di servizi**; anche nel 2017, infatti, il settore terziario è stato il più importante in termini di contribuzione al PIL, con una percentuale vicina al 70%. All'interno del settore dei servizi, il commercio, i trasporti e l'HORECA hanno rappresentato la quota maggiore nel 2016, contando per circa il 25% della produzione totale. Seguono poi l'amministrazione pubblica, l'istruzione e i servizi alle imprese. Il contributo dell'industria manifatturiera, invece, si è ridotto a meno del 15% del PIL.

Il Paese ha sviluppato un'importante industria nei **settori tradizionali** quali automotive (Bruxelles, Gand, Genk), petrolchimico (Anversa), chimico - farmaceutico (Bruxelles, Anversa), agroalimentare, elettronico ed elettrotecnico, tessile (Courtrai), produzione e trasformazione della carta (packaging), lavorazioni del vetro, del legno e delle pietre preziose (Anversa). Negli ultimi anni, tali settori sono stati interessati da importanti processi di rinnovamento, volti ad accrescerne il tasso di innovazione e incrementarne la competitività sui mercati internazionali. Parallelamente, si è assistito al progressivo rafforzamento dell'industria ad alto contenuto tecnologico, come logistica (Anversa, Liegi), ICT, aerospazio (Charleroi, Bruxelles), biotecnologie - scienza della vita e biomedicale (Charleroi, Gand) ed energie rinnovabili.

In tale ottica, cresce la presenza nel Paese di parchi scientifici, centri di ricerca, laboratori, università e "business parks", con piani di sviluppo sia a livello federale che regionale (Vallonia e Fiandre). La spesa in R&I resta comunque

leggermente al di sotto della media dei paesi avanzati e concentrata sulle imprese multinazionali e su determinati settori, anche in considerazione della struttura dell'economia belga, focalizzata prevalentemente nel settore terziario.

Il Belgio si posiziona sempre ai primi posti delle classifiche internazionali per l'attrazione degli investimenti esteri che beneficiano di importanti incentivi fiscali e più del 70% delle domande di brevetti belgi proviene da società straniere presenti nel paese.

Nonostante un quadro economico generalmente positivo, il Belgio deve confrontarsi con **una serie di squilibri** connessi alla forte rigidità del mercato del lavoro, l'alto costo del capitale umano e l'elevata pressione fiscale che, nel lungo periodo, potrebbero interferire negativamente su una crescita sostenuta ed equilibrata e sulla competitività delle imprese. **La pressione fiscale** resta tra le più alte dell'Unione, attestandosi al terzo posto dietro alla Danimarca ed alla Francia e raggiungendo una quota sul PIL vicina al 50%.

Le stime condotte sul progressivo **invecchiamento della popolazione** indicano ulteriori aggravii sulle finanze pubbliche, connessi con il sistema pensionistico, sanitario e dell'assistenza sociale, con un costo superiore all'8% del PIL tra il 2010 e il 2060.

I principali indicatori macroeconomici

INDICATORI ECONOMICI	2017	2018*	2019*
PIL (prezzi costanti, var. %)	1,7	1,7	1,5**
Consumi privati (var. %)	1,1	1,5	1,5**
Spesa pubblica (var. %)	1,1	0,7	0,7**
Esportazione di beni e servizi (var. %)	4,5	4,3	3,7**
Importazione di beni e servizi (var. %)	4,2	4,5	3,5**
Inflazione (var. %)	2,2	1,6	1,6
Tasso di disoccupazione armonizzato (var. %)	7,3	7	6,9
Debito pubblico (%PIL)	103,3	102,1	101,2

Fonte: Banca Nazionale del Belgio – BNB (*previsioni) – dati di previsione da EIU(**)

2) STRUTTURA DEL MERCATO BIOLOGICO

2.1. INTRODUZIONE

Il biologico è in pieno sviluppo in Belgio da oltre dieci anni. La crescita coinvolge tutti gli aspetti della produzione e della distribuzione e riguarda tutto il Belgio, sebbene con proporzioni diverse tra le diverse regioni che compongono il paese. L'agricoltura belga è infatti gestita a livello regionale. Le differenze strutturali e la diversità culturali del paese si sommano quindi a progetti di sviluppo e politiche autonomi.

Il settore della produzione biologica in Belgio ha registrato un costante aumento dal 2008 a oggi, in controtendenza rispetto alla strutturale diminuzione di aziende agricole tradizionali e alla concentrazione in aziende di sempre maggior estensione.

Dal 1980 a oggi il Belgio ha perso infatti il 68% delle aziende agricole, a un ritmo annuo medio del 3,2%, sia in Vallonia che nelle Fiandre, e ha visto triplicare la dimensione media delle aziende agricole¹. Nello stesso periodo le aziende biologiche sono cresciute al ritmo del 10% annuo.

L'elemento economico ha certamente un ruolo in questo cambio di mentalità. Vista la progressiva perdita di importanza dell'agricoltura per l'economia (il settore agricolo rappresenta oggi circa lo 0,7% dell'economia belga) e la diminuzione dei prezzi pagati al produttore, il biologico ha permesso di rendere l'attività agricola più sostenibile anche da un punto di vista economico.

I principali elementi di tale successo possono essere così sintetizzati:

a) crescita della domanda: i consumatori sono alla ricerca di prodotti più sani e di un metodo di produzione rispettoso dell'ambiente e degli animali. Nel 2017, si è registrata una crescita del 6% della spesa delle famiglie per prodotti biologici.

b) crescita della produzione: il numero delle aziende biologiche continua ad aumentare sia in Vallonia che nelle Fiandre, grazie anche agli investimenti fatti nel settore e agli efficienti piani di sviluppo.

c) aumento dell'offerta: il numero delle referenze biologiche disponibili continua ad aumentare e offre ormai una gamma completa di prodotti, paragonabile a quella tradizionale. Sempre maggiore è l'offerta di piatti pronti e di alimenti elaborati a partire da ingredienti biologici. L'iniziale identificazione tra cibi biologici e cibi salutari sembra superata, oggi il biologico non è più solo frutta e verdura ma ogni prodotto ha un suo equivalente biologico.

d) il ruolo della distribuzione: il cambiamento più importante che ha avuto ripercussioni su tutti gli altri aspetti è stato il sempre maggior coinvolgimento

¹Fonte Rapporto "[Les chiffres clés de l'Agriculture en Belgique 2017](#)", SPF-Statistics Belgium

della grande distribuzione organizzata nel biologico. Sia i supermercati tradizionali che gli hard-discount hanno una linea biologica; sono inoltre nate catene e negozi specializzati che hanno contribuito alla diffusione del biologico in città, soprattutto a Bruxelles, e hanno reso il biologico fruibile a tutti. Il canale biologico dei piccoli produttori e della filiera cortissima, che ha permesso il successo iniziale del biologico e che è tuttora molto presente, è stato così affiancato da una produzione più di massa, standardizzata e industriale, che ha aumentato enormemente il bacino di utenza dei consumatori potenziali e l'appeal del biologico anche da un punto di vista commerciale.

e) un modello economico virtuoso: a fronte di maggiori difficoltà in fase produttiva e di regole più rigorose da rispettare, il biologico offre un ritorno in termini di prezzo e di fiducia dei consumatori. Il biologico è stato interpretato in Belgio come un'opportunità per rilanciare settori in difficoltà e per sostenere la produzione locale. La conversione al biologico è ora vista come una possibile soluzione alla strutturale crisi dell'agricoltura e dell'allevamento. Il continuo aumento delle aziende biologiche, il successo delle politiche di sostegno al settore avicolo, lo sviluppo della filiera lattiero-casearia e i progetti di rilancio dell'allevamento suino confermano questa tendenza.

2.2. PRODUZIONE LOCALE

Il Belgio produce soprattutto cereali, ortaggi, carne bovina, latte e, in quantità più ridotte, frutta, carne suina e pollame.

Nel 2017, il Belgio contava 2.093 aziende agricole biologiche per un totale di 83.439 ettari di superficie. Il 77% di questa superficie è occupata da pascoli. Il 92% della superficie coltivata a biologico è situata nella parte vallona del paese, dove hanno sede oltre tre quarti delle aziende biologiche.

La differenza culturale e linguistica che separa il Belgio in due grandi regioni si rispecchia anche nell'evoluzione del mercato.

La superficie agricola dedicata all'agricoltura biologica è infatti del 6,28% a livello nazionale ma è solamente dell 1,2% nelle Fiandre, contro il 10,40% della Vallonia.

Ciò è dovuto anche alla differente specializzazione nelle due regioni: l'allevamento per la Vallonia e l'orticoltura per le Fiandre.

In Vallonia, il numero delle aziende biologiche è raddoppiato dal 2008 a oggi e nella provincia del Lussemburgo belga addirittura un produttore su cinque è ormai biologico. La crescita nella parte fiamminga, tradizionalmente più restia al bio, rimane più lenta, pur avendo registrato un aumento consistente del numero di aziende nel 2017 (+8,83%). Questa resistenza si spiega con la presenza di grandi industrie convenzionali nel nord del paese che si riforniscono da aziende fiamminghe, rendendo meno necessaria la conversione al biologico.

Per quanto riguarda l'allevamento, si registra una crescita generalizzata degli animali allevati secondo i parametri biologici. Negli ultimi 5 anni, il numero di questi animali è quasi raddoppiato, soprattutto grazie alla crescita del settore avicolo.

Evoluzione numero dei capi negli allevamenti biologici in Belgio

	2013	2014	2015	2016	2017
bovini	76.214	76.620	80.269	88.682	108.016
suini	11.350	9.532	10.274	11.485	15.016
pollame	1.898.791	2.098.231	2.366.015	2.701.089	3.004.393

Fonte : Vlam Marketingdienst

L'allevamento di pollame ha conosciuto una crescita costante negli anni, passando da 1.150.324 unità nel 2008 a 3.004.393 nel 2017 (+11,23% nel solo 2017).

L'allevamento bovino è passato dai 43.026 capi del 2008 ai 108.06 del 2017, di cui oltre 102.000 in Vallonia (+20,1% in confronto al 2016), spinto anche dal prezzo riconosciuto ai produttori per il latte biologico che ha tenuto, a fronte del crollo di quello tradizionale.

Dopo il forte calo del 2016, anche l'allevamento suino si è ripreso nel 2017, passando da 11.485 a 15.016 capi.

La tabella di seguito riportata illustra l'evoluzione del mercato biologico in termini di numero di produttori e di superficie.

Agricoltura biologica- evoluzione del mercato belga

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Belgio							
Numero di aziende agricole	1.262	1.389	1.514	1.630	1.717	1.923	2.093
Superficie (ha)	54.611	59.684	62.565	66.693	68.780	78.249	83.439
Fiandre							
Numero di aziende agricole	282	299	319	343	370	430	468
Superficie (ha)	4.563	4.939	5.065	5.042	5.343	6.960	7.367
Vallonia							
Numero di az. agricole	980	1.090	1.195	1.287	1.347	1.493	1.625
Superficie (ha)	50.048	54.745	57.500	61.651	63.437	71.289	76.072

(Fonte: Vlam – Biobarometer 2018)

2.3. CONSUMO

2.3.1. I prodotti consumati

Il consumo dei prodotti biologici in Belgio è un fenomeno recente ma può considerarsi ormai consolidato. Il successo del biologico in Belgio ha sicuramente avuto origine dai gravi scandali alimentari degli anni '90. Oltre alla mucca pazza, è stata la crisi della diossina nel 1999, con il coinvolgimento diretto

dei produttori belgi di farine animali e di uova e pollame, a favorire la sempre maggior domanda di alimenti di qualità, sani e sicuri.

Già nel 2005, l'associazione per la difesa dei consumatori CRIOC (ormai abolita) evidenziava come l'attrattiva principale del biologico era legata alla ricerca di prodotti salutari (senza pesticidi, concimi chimici e additivi), al rispetto per l'ambiente, alla qualità e al gusto dei prodotti. Il freno principale era costituito dai prezzi, dalla gamma meno ampia di prodotti disponibili e dalla mancanza di cibi confezionati pronti. Studi più recenti hanno confermato che i prodotti biologici si sono effettivamente diffusi venendo incontro alle esigenze dei consumatori, grazie a un'offerta più ampia e alla nascita di nuovi prodotti dall'immediata fruibilità. Questo soprattutto grazie ai cambiamenti imposti dall'ingresso della grande distribuzione nel settore. I prodotti bio risultano quindi oggi più accessibili anche se il differenziale di prezzo non è diminuito. Il consumatore sembra quindi disposto ad accettare di pagare un prezzo più alto in cambio di prodotti ritenuti più sani e sicuri. Ciò anche in ragione del fatto che il discorso "bio" viene sempre più spesso associato a una maggiore attenzione per l'origine dei prodotti e per la valorizzazione della produzione locale.

Nel 2017, il fatturato dei prodotti biologici ha registrato la cifra record di 621 milioni €, con un aumento del 6% rispetto al 2016, confermando un trend di crescita ininterrotta dal 2008. Nel 2017, 285 mln € sono stati spesi nelle Fiandre con una crescita dell'11%, mentre in Vallonia l'aumento è stato pari all'8%. A Bruxelles si è registrato addirittura una diminuzione del fatturato del 7%.

Tra le diverse categorie di prodotti biologici, i più acquistati sono frutta e verdura (40%), seguiti da uova/carne/pesce (25%), prodotti lattiero-caseari (20%) e cereali (12%).

2.3.2. Profilo del consumatore

Nel 2017, oltre il 90% dei nuclei familiari ha acquistato almeno un prodotto biologico, come l'anno precedente. Le famiglie che hanno acquistato almeno un prodotto biologico a settimana sono solo l'11% dei consumatori totali ma costituiscono da soli oltre il 60% di tutti i prodotti biologici acquistati.

Per quanto riguarda le categorie di acquirenti, le famiglie agiate con figli e i pensionati con alto potere d'acquisto coprono da soli circa la metà degli acquisti biologici, pur rappresentando solo il 39% della popolazione totale.

L'aumento più importante della quota di acquisti biologici sul totale della spesa, si è registrata, tra il 2008 ed il 2017, nella categoria delle famiglie agiate con figli, ed in quella delle famiglie con due redditi senza figli.

Le famiglie con un reddito più limitato spendono relativamente poco per i prodotti biologici, anche se è da rilevare che, grazie all'introduzione di prodotti bio anche nelle catene hard discount, la quota di questo gruppo di acquirenti mostra una tendenza al rialzo.

La categoria leader, infine, è quella dei single, che destinano il 4,5% della propria spesa alimentare ai prodotti biologici.

2.4. CANALI DI DISTRIBUZIONE

2.4.1. Quote di mercato

Il canale distributivo più importante per la vendita dei prodotti biologici rimane quello dei supermercati classici (categoria "DIS 1": Carrefour, Ahold Delhaize, Colruyt, Cora, Match, Makro, Champion) che, come verificatosi anche negli anni precedenti, nel 2017, ha perso terreno a favore dei negozi specializzati e degli hard discount e la cui quota è scesa dal 42 al 38%.

Delhaize, la seconda catena di supermercati più importante del Belgio e ormai parte del gruppo olandese Ahold (Albert Heijn), realizza un fatturato sul mercato interno di circa 5 miliardi di € con 880 punti vendita, e offre oltre 600 referenze bio private label.

Anche Carrefour, presente in Belgio con 755 punti vendita di cui 43 ipermercati, ha annunciato nel proprio piano di ristrutturazione di voler aumentare la propria offerta di prodotti biologici. In Francia è in corso l'acquisizione della catena So.bio che dispone di una decina di punti vendita specializzati, mentre tramite il negozio on-line Greenweez, la catena fornisce anche ai consumatori belgi.

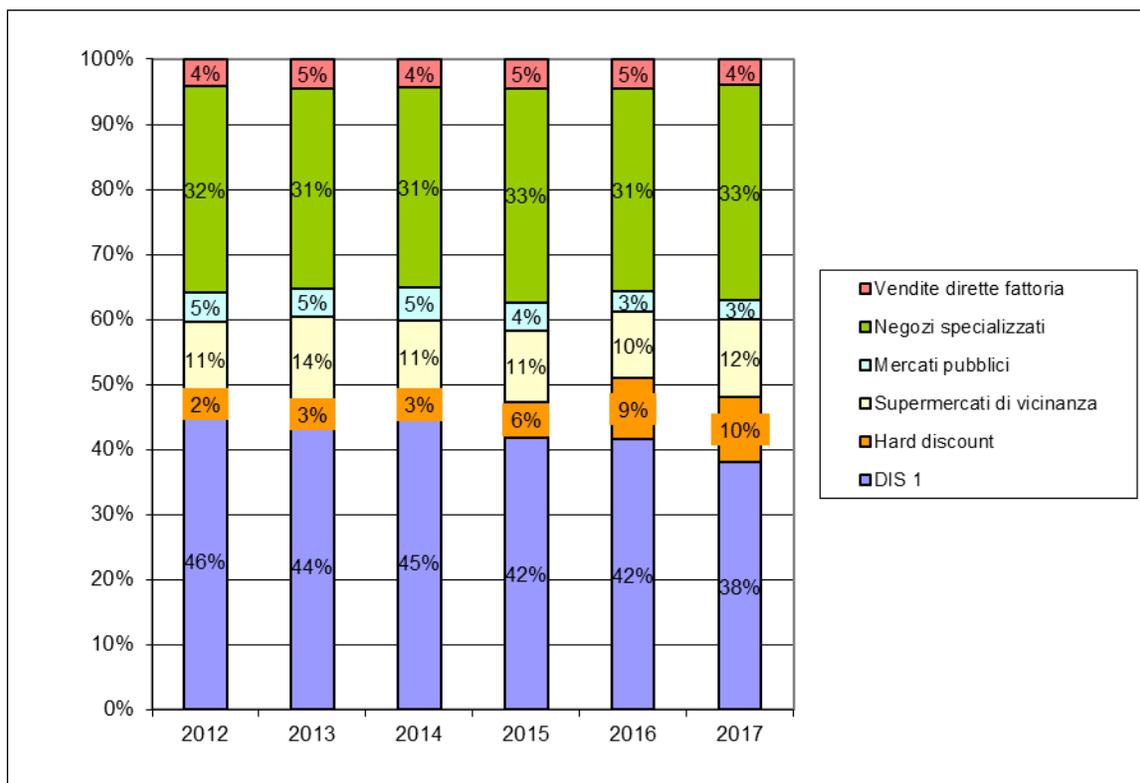
Al secondo posto della classifica dei distributori troviamo i negozi specializzati, con una quota del 33% (31% nel 2016). In questa categoria rientra anche la catena Bio-Planet, di proprietà del gruppo Colruyt, in forte espansione. Attualmente esistono 27 supermercati Bio-Planet, oltre al negozio on-line che offre la possibilità di ritirare gli ordini presso qualsiasi punto vendita del gruppo (circa 200). Presso i punti vendita Bio-Planet sono disponibili circa 6.000 referenze, tra i quali anche prodotti per persone con intolleranze alimentari e del commercio ecosolidale.

Da registrare anche un nuovo importante ingresso: il gruppo francese Bio'c' Bon che conta 97 negozi in Francia, ha aperto nel maggio 2015 il primo e nel 2017 il secondo punto vendita in Belgio.

La catena Sequoia, infine, gestisce oramai 7 punti vendita in Belgio, con ognuno una superficie di 650 mq e oltre 10.000 referenze food e non-food (principalmente prodotti cosmetici e prodotti per la cura personale).

Seguono i supermercati di vicinanza con una quota di mercato del 12% circa, immediatamente seguiti dagli hard discount che, nel 2017, hanno raggiunto una quota del 10%.

Belgio: Evoluzione quote di mercato canali distributivi



(Fonte: Ricerca GFK 2017)

2.4.2. Filiera corta

Negli ultimi anni, molte aziende del settore biologico hanno accorciato il canale distributivo, praticando vari sistemi di vendita diretta. Per l'agricoltore, questo sistema offre una serie di vantaggi: può fissare liberamente il prezzo di vendita, non ci sono tempi di attesa per ottenere dei benefici e possono essere risparmiate le spese di trasporto e di stoccaggio, elementi che, in fin dei conti, sono anche a vantaggio del consumatore.

Ormai esistono diverse formule di vendita diretta. Oltre a quella tradizionale dello smercio presso la fattoria, l'agricoltore ha la possibilità di vendere sui mercati pubblici settimanali, mentre il consumatore può andare a raccogliere direttamente o far parte di cooperative per l'acquisto dei prodotti. Molti agricoltori dispongono ormai di distributori automatici nei pressi dell'azienda.

Questo canale di vendita diretta rappresenta il 4% del totale, ma gli acquisti biologici sono una parte considerevole degli acquisti totali (25%).

3) QUADRO LEGISLATIVO

In Belgio l'agricoltura è gestita su base regionale, sia la parte fiamminga che quella vallona hanno pertanto sviluppato un proprio piano per il biologico. Oltre ai contributi comunitari, è previsto un regime di aiuti regionali a favore degli agricoltori che intendono introdurre o mantenere i metodi dell'agricoltura biologica.

Questo regime prevede un impegno di cinque anni durante i quali il produttore deve rispettare strettamente le disposizioni di produzione biologica previste nel disciplinare. Il controllo della corretta applicazione del capitolato è affidato ad un organismo di controllo accreditato (Certisys, Tüv Nord Integra/Blik e Quality Partner), che informa l'amministrazione incaricata dell'attribuzione degli aiuti.

L'istituzione di riferimento per le Fiandre è il Dipartimento Agricoltura e Pesca (<http://lv.vlaanderen.be/nl/bio>), per la Vallonia e Bruxelles la Direzione Generale Agricoltura, Risorse Naturali e Ambiente (<http://agriculture.wallonie.be>). Tutte le informazioni e i riferimenti normativi relativi al biologico sono disponibili sul portale www.bioforum.be, suddiviso tra Bioforum Vlaanderen e BioWallonie.

3.1. FINANZIAMENTI ALL'AGRICOLTURA BIOLOGICA

3.1.1. In Vallonia

Il primo Piano Strategico per lo Sviluppo dell'Agricoltura Vallona è stato adottato nel giugno 2013. In accordo con il programma Horizon 2020, l'obiettivo è di raddoppiare la superficie agricola biologica entro il 2020, fino al 14% della superficie totale effettiva, e di raggiungere per quella data le 1.750 aziende certificate. Per la ricerca e per lo sviluppo e la razionalizzazione della filiera biologica sono stati stanziati 2,3 mln di €. Gli obiettivi principali del piano sono: lo sviluppo di un'agricoltura sostenibile che crei maggior redditività; una maggior produzione e soprattutto una maggior trasformazione dei prodotti sul territorio; la promozione dei consumi biologici; l'esportazione dei prodotti di punta.

Nel quadro del Piano di Sviluppo Rurale della Vallonia 2014-2020 concordato con l'UE, gli stanziamenti per il sostegno alla produzione biologica ammontano a 100 milioni di euro (60 milioni direttamente dal governo vallone e il resto di cofinanziamento UE), suddivisi tra sostegno all'attività esistente (83,5 mln €) e quello destinato alla conversione (16,5 mln di €), per un massimo di 25.000 € annui ad azienda.

3.1.2. Nelle Fiandre

Le Fiandre hanno adottato un piano analogo nel gennaio 2013, con obiettivi molto simili a quello vallone. Nel 2017, le Fiandre hanno investito, incluso il cofinanziamento europeo, 4,1 milioni di € per il settore biologico, ovvero l' 8,16% in più dell'anno precedente. Di questa cifra il 48% sono andati al sostegno ai produttori sotto forma di incentivi per ettaro coltivato, il 18% per lo sviluppo della catena produttiva e del mercato biologico, il 18% per la ricerca (soprattutto per studiare alternative all'uso dei pesticidi) e il 16% per promozione, comunicazione e contributi per la formazione.

La maggior parte dei fondi è stato utilizzato per il sostegno all'allevamento e agli investimenti. I risultati si sono visti soprattutto con lo sviluppo dell'allevamento di pollame.

3.2. MARCHIO BIOGARANTIE

Il Governo belga è stato tra i primi a regolamentare la produzione biologica, introducendo già nel 1998, in anticipo rispetto alla legislazione europea, un testo di legge preciso in materia. Attualmente, le norme sono armonizzate a livello europeo ma permangono alcuni punti in cui la normativa belga è più restrittiva di quella comunitaria.

Il marchio utilizzato in Belgio è il “Biogarantie”, depositato presso l’OBPI – l’Office Benelux de la Propriété intellectuelle per il riconoscimento come marchio europeo collettivo. Viene riportato sui prodotti riconosciuti, e deve essere accompagnato dall’indicazione dell’organismo che ha effettuato i controlli. Di preferenza viene utilizzato in abbinamento con il logo europeo :



Un operatore, che sia utilizzatore diretto o indiretto, può utilizzare il logo solo dopo aver firmato un contratto con l’organismo *Bioforum* per le Fiandre e la Vallonia, o UNAB per Bruxelles (<http://www.unab-bio.be/>).

Oltre a garantire la qualità biologica del prodotto, Biogarantie chiede alle aziende una comunicazione trasparente sull’origine del prodotto, ed il rispetto del “fair trade” attraverso tutta la filiera. Si prefigge inoltre di essere un motore per lo sviluppo ecosostenibile del settore.

Così, l’azienda agricola dovrà impegnarsi a:

- ridurre l’utilizzo dell’acqua;
- utilizzare al massimo le fonti alternative di energia (pannelli solari, biocombustibili, ecc) e ridurre l’impatto ambientale dovuto al trasporto delle merci;
- mettere in opera una gestione ecologica degli scarichi;
- aumentare la biodiversità.

I punti vendita aderenti, invece, devono rispondere ai seguenti criteri :

- offrire un assortimento del 70% minimo di prodotti alimentari;
- avere minimo il 90% di questi prodotti alimentari muniti di un marchio di garanzia “biologico”;
- il 100% delle seguenti categorie deve avere il marchio 100% biologico: pane, ortofruttili, carne e prodotti sostitutivi, prodotti lattiero-caseari, uova, piatti pronti freschi e prodotti venduti sfusi;
- i prodotti non-food possono costituire il 30% al massimo dell’assortimento e devono essere prodotti selezionati con criteri ecosostenibili. Il negozio Biogarantie® deve quindi fornire delle garanzie anche per il tessile, prodotti in pelle, cosmetici, legno, carta e prodotti per la pulizia.

Per quanto riguarda i prodotti di importazione biologici, che sono stati controllati nel paese di origine, membro dell’Unione europea, da un organismo accreditato in questo paese e conformemente alle disposizioni contenute nei Regolamenti CE 834/2007 e 889/2008, essi possono essere immessi sul mercato in tutti i paesi dell’Unione europea. Possono quindi essere commercializzati come prodotti biologici o utilizzati dai trasformatori come materie prime.

Le merci importate da paesi terzi per essere commercializzate in Belgio, e destinate ad avere la menzione “biologico”, o una menzione equivalente accettata in un’altra lingua o ancora una menzione che si riferisce al metodo di produzione, devono essere sottoposte al controllo di uno degli organismi belgi accreditati.

3.3. ORGANISMI DI CONTROLLO

Ogni operatore che produce, prepara o importa prodotti in vista della loro commercializzazione e destinati a ricevere la menzione “biologico” o equivalente, o una menzione che faccia riferimento al metodo di produzione biologico deve, innanzitutto, notificare la sua attività e sottoporre la sua azienda al controllo di un organismo di certificazione indipendente e accreditato dal Ministero dell’Agricoltura.

In Belgio sono accreditati 3 organismi di controllo:

- Certisys (www.certisys.eu), con codice BE-BIO-01
- Tüv Nord Integra/Blik (www.tuv-nord.com/be), con codice BE-BIO-02
- Quality Partner (www.quality-partner.be), con codice BE-BIO-03

Questi organismi sono competenti sia per il settore vegetale che per il settore animale. Sono finanziati grazie alle quote versate dai produttori e trasformatori di prodotti biologici e controllati, una volta l'anno, dagli ispettori del Ministero federale belga dell'Economia.

Almeno una volta l'anno (con un massimo di 4 volte), si procede ad un controllo dell'intera catena di produzione (terreno, cura ed alimentazione degli animali, locali d'allevamento o di stoccaggio, processo di trasformazione) e di commercializzazione del prodotto biologico (conformità delle etichette, fatture del fornitore, origine delle materie prime). Sono effettuate visite non annunciate, verifiche dei documenti richiesti per assicurarsi della qualità biologica, ma anche prelievi di campioni per controllare la presenza o meno di residui chimici.

I costi dei controlli sono parzialmente a carico dell'operatore.

Tutte le aziende facenti parte dell'associazione Bioforum, dal momento in cui sono state controllate da una delle società di controllo sopraccitate, possono utilizzare il marchio "Biogarantie" sul packaging e nella pubblicità. Di conseguenza, essere agricoltore biologico e quindi ottenere il marchio "Biogarantie" significa che i prodotti rispondono a tutti i requisiti necessari e possono essere venduti in tutta l'Unione europea senza dovere subire altri controlli.

4) MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

L'unica manifestazione fieristica specializzata, esclusivamente accessibile per i professionisti del settore, è BIOEXPO/VITASANA (<http://www.bio-xpo.be/>). L'evento raggruppa due manifestazioni autonome, una dedicata ai soli prodotti biologici certificati l'altra ai prodotti naturali e benessere, e viene organizzato presso Brussels Expo. La prossima edizione si terrà il 13 e 14 ottobre 2019.

Ogni anno in giugno si organizza inoltre la Bioweek/Semaine du Bio (<http://www.apaqw.be/Semaine-Bio/Home.aspx> e <http://www.biomijnatuur.be/>), la cui organizzazione è affidata a Bioforum.be e che coinvolge diversi attori del settore. Si organizzano, per esempio, delle giornate porte aperte presso le aziende produttrici, animazioni, workshop, degustazioni presso i punti vendita, elezione di miss bio, il bio-award per il migliore prodotto, ecc. La settimana è finanziata da diversi sponsor (tra cui governi regionali, province e catene della grande distribuzione) e gode di un'ampia diffusione sui media.

5) TENDENZE E PROSPETTIVE A MEDIO E LUNGO TERMINE

Il mercato del biologico si è sviluppato ed è cresciuto notevolmente rispetto agli anni '60. Inizialmente questo successo era da imputare ai diversi scandali alimentari che si sono succeduti negli anni, ma l'andamento del biologico mostra ormai un consolidamento e una progressione costante, che lo collocano ben al di là di un fenomeno di nicchia. In Belgio sono le Fiandre e Bruxelles le regioni dove l'attenzione al biologico è più forte rispetto alla Vallonia, anche se è la Vallonia che ha la capacità di produzione biologica più elevata.

Le catene della grande distribuzione stanno giocando un ruolo fondamentale nello sviluppo del mercato biologico e stanno trainando lo sviluppo di una filiera produttiva moderna e di un'industria della trasformazione alimentare sempre più attenta alle esigenze dei consumatori.

Grazie ad una gamma sempre più variegata e alla maggior fruibilità delle grandi catene, un numero sempre maggiore di consumatori potrà essere raggiunto in futuro. Il differenziale di prezzo tra biologico e tradizionale sembra non costituire una barriera allo sviluppo del biologico, se mantenuto entro una soglia del 30% circa, e sta al contrario contribuendo alla rinascita della produzione locale.

6) CONCLUSIONI

Il consumo di prodotti biologici non è più nè una moda nè un fenomeno passeggero, ma è diventato un vero business.

Una conseguenza negativa di tale sviluppo consiste nel fatto che il termine “biologico” non sempre viene utilizzato in maniera corretta e potrebbe danneggiare il buon funzionamento del mercato. In effetti, certi produttori o trasformatori poco scrupolosi potrebbero essere incoraggiati a commercializzare prodotti tradizionali con etichetta biologica per trarre profitto dal valore aggiunto di tali prodotti.

Ulteriore chiarezza inoltre dovrebbe essere fatta nella distinzione tra produzione biologica e prodotti della tradizione locale, e tra prodotti biologici e prodotti salutari o dietetici.

Il settore del biologico si deve sviluppare parallelamente a interventi mirati nei seguenti ambiti:

- miglioramento delle strutture di mercato (processo già in atto)
- intensificazione del processo di comunicazione con i consumatori

Occorre infine evidenziare che i produttori che desiderano avviare relazioni commerciali con le catene distributive belghe devono, in primo luogo, considerare che la grande distribuzione necessita di un servizio continuo ed efficiente, dimensione adeguata delle partite, ampiezza dell’assortimento, prezzo interessante, cura dell’estetica e della presentazione dei prodotti.