



ESTUDIO
DE MERCADO

2020



El mercado de los productos alimentarios y vinos ecológicos en Italia

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

18 de noviembre de 2020
Milán

Este estudio ha sido realizado por
Isabel Espínola Lozano

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

<http://italia.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 114-20-020-9

Índice

1. Resumen ejecutivo	5
2. Definición del sector	9
2.1. Delimitación sectorial	9
2.1.1. Producción Biodinámica	12
2.2. El vino ecológico	12
2.2.1. Vinos biodinámicos	13
3. Los productos y vinos biológicos a nivel mundial	14
3.1. La producción de alimentos biológicos	14
3.2. El consumo mundial de vinos ecológicos y su evolución	15
3.2.1. Los principales mercados mundiales	17
4. Oferta	19
4.1. La producción de productos alimentarios biológicos en Italia	19
4.2. Comercio exterior italiano de productos biológicos	24
4.2.1. Importaciones de productos alimentarios	24
4.2.2. Exportaciones de productos alimentarios biológicos	26
4.3. La producción de vino biológico en Italia	29
4.4. Comercio exterior de vinos biológicos	32
4.4.1. Exportaciones de vinos biológicos	32
4.4.2. Importaciones de vino biológico	34
5. Demanda	36
5.1. El consumo de productos alimentarios biológicos	36
5.1.1. Segmentación por productos	37
5.2. El consumo de vinos biológicos en Italia	40
5.2.1. Segmentación por tipo de vino	40
6. Precios	44
6.1. Precios de los productos alimentarios biológicos	44
6.2. Precios y márgenes del vino biológico	47
7. Percepción del producto español	49
8. Canales de distribución	51
8.1. Descripción de los principales canales de distribución	51
8.2. La distribución por tipología de producto	53
8.3. El comercio electrónico de productos alimentarios biológicos	55
8.4. La influencia de la COVID-19 en la distribución de productos biológicos	56



9. Acceso al mercado – Barreras	58
9.1. Normas generales de la producción biológica	58
9.2. Normas de producción del vino	60
10. Perspectivas del sector	62
10.1. Perspectivas para los productos alimentarios biológicos	62
10.2. Perspectivas para los vinos biológicos	63
11. Oportunidades y amenazas	65
11.1. Oportunidades y amenazas de los alimentos biológicos	65
11.2. Oportunidades y amenazas de los vinos biológicos	66
12. Información práctica	67
12.1. Instituciones españolas	67
12.2. Próximas ferias relacionadas	67
12.3. Federaciones y Asociaciones	67
12.4. Prensa especializada	69
13. Bibliografía	70



1. Resumen ejecutivo

El estudio que acompaña a este documento tiene como objetivo dar a conocer el mercado de los **productos alimentarios y los vinos biológicos en Italia**. Con él se trata de exponer una visión amplia del sector, su **desarrollo reciente** y las **perspectivas** en los próximos años a través de datos de origen demográfico y económico.

Como premisa se debe saber que, al ser un mercado que abarca un gran número de productos, **no existe una partida arancelaria** que delimite el sector de una manera unívoca.

Desde una perspectiva a **nivel mundial**, la producción de productos alimentarios biológicos se ha visto incrementada gracias al crecimiento de **número de hectáreas dedicadas** a estos cultivos por todo el planeta. El valor de esta producción alcanzó el valor total de **105,5 miles de millones** de euros, y cuenta con **Australia, Argentina y China como principales productores** por superficie agrícola.

En cuanto a los **vinos**, se ha podido estudiar que, desde el año 2013, su consumo ha llegado a **duplicarse** a nivel mundial. Frente a una evolución negativa de los vinos tradicionales, esta modalidad sigue incrementándose año tras año pasando de 441 millones de botellas consumidas en 2013 a **729 millones en 2019**. Los principales mercados internacionales son **Italia, España, Francia, Alemania y Estados Unidos**.

Oferta

En Italia, la **producción de productos biológicos** tiene un valor de 1.836 millones de euros a precios de producción y **3.050 millones a precios de mercado**. El sector está compuesto por un total de **20.092 empresas**, un 8,6% más con respecto al 2018. De ellas, un **2,3% son importadores**, un **46,1%** se dedica a la **preparación** y un **51,6%** se encarga de la **producción** y la **preparación** de productos.

Se trata de un **sector concentrado** en el que las cuatro principales empresas acumulan un 27,5% del total, aunque este porcentaje se está viendo **disminuido lenta y progresivamente**. Con respecto a la división por productos, los considerados “**procesados**” ha obtenido un crecimiento de un **0,9%** con respecto al 2018, mientras que los “**frescos**” han crecido un **3,6%**.

En cuanto a la producción de vino biológico, **Italia es principal productor del continente europeo**, alberga un tercio de los viñedos del continente y ha pasado de 52.000 hectáreas dedicadas en 2013 a 103.500 en 2016. Su producción se encuentra en torno a los **500 millones de litros anuales** y Sicilia, Apulia, y Toscana son las principales regiones productoras.

Comercio internacional

Las **importaciones** de productos alimentarios se dan sobre todo en las hortalizas, los productos de panadería, cereales preparados y bebidas vegetales, con una mayor incidencia en el **comercio al por menor especializado**. En cuanto a los productos procedentes de terceros países, **Asía** sigue siendo el principal proveedor seguido de los **países europeos de fuera de la UE y América Latina**.

En cuanto a las **exportaciones**, en 2018 alcanzaron un valor de 2.266 millones de euros, **incrementándose un 10%** con respecto a 2017 y un 597% con respecto al 2008. Italia es el **segundo país más importante en la exportación** de productos alimentarios biológicos, solo por detrás de EE. UU.

La mayor parte de sus exportaciones tienen como destino **países europeos**, destacando Francia, Alemania y Escandinavia.

En cuanto a las **importaciones de vinos biológicos**, dado el arraigo del *Made in Italy* en el mercado nacional, es difícil encontrar datos precisos acerca de las compras en el exterior. Por ello se ha decidido realizar un **store-check digital**, disponible en la **Tabla 5** del propio estudio.

Las **exportaciones de vinos**, por el contrario, se ha sabido que han alcanzado el valor de **192 millones de euros**, un 40% más que en el año anterior, llegando a suponer un **10% del total de las exportaciones** del sector agroalimentario biológico. Del total del vino vendido fuera de Italia, un **66%** tuvo como destino **países europeos**, mientras que un 34% se destinó a terceros países.

Demanda

El año 2019 finalizó con un resultado positivo para el sector, con un **crecimiento del 2% en el volumen de negocios** comparado al 2018. Sin embargo, esta evolución ha sido **inferior** a la de años anteriores como consecuencia de una **estabilización de la demanda**. Este desempeño ha sido mejor que en el caso de los productos alimentarios convencionales, que se han incrementado solo un 0,9% con respecto a años anteriores.

Este buen resultado se ha dado gracias a factores como una **distribución** de productos biológicos en crecimiento, una **oferta en continua evolución** en cantidad y calidad y al incremento de las **intolerancias alimenticias**, entre otros.

En una segmentación por productos, los denominados “**procesados**” cuentan con un peso del **58,4%** del total del mercado, mientras que los “**frescos**” suman un **41,6%** del total. En términos de valor absoluto, los productos denominados procesados alcanzaron un valor de 1.072,2 millones de euros, y los frescos 763,8 millones de euros.

En cuanto al **consumo de vino biológico** en Italia, también se ha visto incrementado en un 18% con respecto al 2018, con un total de **4,94 millones de litros comercializados** en el mercado doméstico, suponiendo un crecimiento de un 234% desde 2007.

Por tipologías de vino, el **vino tinto es el preferido** por los consumidores en Italia. En 2019 supuso el 57% de las ventas de vino biológico en gran distribución, un 12,8% más que en 2018. El blanco, por su parte, crece de manera más significativa hasta un 151%. Este éxito encuentra su justificación por el aprecio de los consumidores hacia el vino biológico gracias a valores como el **respeto al medio ambiente, la salubridad y la autenticidad**.

Precios

Los **precios** de los productos alimentarios biológicos están condicionados **dinámicas fuertemente diferenciadas** entre categorías de productos. Además, la presencia de una demanda de productos superior al incremento de la oferta de materias primas ha generado una **escasez**. En los primeros nueve meses del año 2019 se ha registrado una **caída de las cotizaciones de las principales materias primas**: los cereales cayeron un 11,7%, los aceites vegetales refinados un 3,4% y los aceites vegetales puros un 8,3%. La cotización de las harinas ha crecido un 2,6%.

El **crecimiento medio del precio de los productos finales** considerados biológicos ha sido de un **2,8%** desde el **2015 al 2019**, frente a un incremento de un 0,6% de los precios medios de la industria alimentaria total.

Por lo que respecta a los **vinos**, existe un rendimiento asociado menor que el considerado como “convencional” llegando a generar entre un **10% y un 11% menos de ingresos**. Aunque los gastos en los que se incurre en materia de fertilización y protección fitosanitaria son más bajos, hay otros que hacen que los gastos variables del viñedo biológico sean comparables a al convencional. El resultado es un **margen bruto por hectárea un 13% más bajo** que en el cultivo tradicional.

Canales de distribución

En torno a dos tercios de las ventas de productos biológicos se llevan a cabo a través del **comercio al por menor no especializado**. El comercio especializado tiene también una cuota relevante, pero en disminución en el 2019, y cuenta con 1.300 establecimientos y supermercados especializados, 4.300 herboristerías y unas 1000 farmacias que venden este tipo de productos.

Los **comedores escolares** conforman el canal principal, con una cuota que se ha mantenido estable en los últimos años gracias a la utilización de productos biológicos a bajo coste con el objetivo de contener el gasto de las instituciones.

La facturación sectorial a precios finales en 2019 ha alcanzado para el **comercio al por menor no especializado 1.575 millones** de euros, para el **especializado 985 millones de euros** y para los comedores escolares 490 millones de euros.

Se debe tener en cuenta el auge del **comercio electrónico** en la alimentación orgánica que ha crecido un **134% desde 2013 a 2017**, pasando en estos años de 147 tiendas online a 344. Los restaurantes del segmento orgánico también se incrementaron en un 60%.

Acceso al mercado – Barreras

Al ser Italia y España países pertenecientes a la Unión Europea, hace que entre ambos países esté establecido el libre comercio de bienes y servicios, que las normativas de producción, distribución y comercialización sean las mismas. Por ello, a lo único a lo que se deberá hacer frente de manera conjunta es al cumplimiento del **El Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo** del 30 de mayo de 2018 sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos.

Como normas específicas para el **vino**, en el mismo Reglamento se articulan una serie de normas (art.18 y anexo II parte VI) que complementan a las reglas establecidas en el artículo 1, apartado 2, letra I) del **Reglamento (UE) n.º 1308/2013**.

En el caso de la **producción biodinámica**, se encuentra regida por la **Normativa Internacional para la Certificación y uso de las marcas Demeter, Biodinámica y marcas relacionadas** (actualización de julio de 2019).

Perspectivas del sector

Las perspectivas para el sector de lo biológico para los próximos años se han visto condicionadas de una manera tajante por los **efectos de la COVID-19** sobre el total de la economía italiana. En este sentido se ha podido comprobar como la frecuencia de compra se ha reducido, pero se ha incrementado el tique medio como consecuencia de la caída del consumo fuera de casa.

Para el próximo 2021, se espera una **recuperación de las ventas en el mercado italiano** de un 4,6%, gracias a la recuperación de los distintos canales de distribución, sobre todo el de los comedores escolares que se espera que se incremente en un 40%.

Con respecto al **consumo** de vinos, se espera que los **principales mercados**, Italia, Francia y España, lleguen a alcanzar la producción de **2.000 millones de botellas**.

Italia es, y continuará siendo un país exportador: en 2018 la cuota de vino biológico consumido en el mercado doméstico fue de un 11,8%, y se espera que disminuya hasta un 9,3% en el 2023, alcanzando una **cuota de exportación del 90%**,

2. Definición del sector

2.1. Delimitación sectorial

Este estudio de mercado trata de proporcionar una visión general acerca del **mercado de los productos agroalimentarios y el vino biológicos en Italia**. Al tratarse de un mercado que abarca un amplio número de productos no existe una partida arancelaria que delimite el sector de una manera tácita.

Tal y como lo marca la Unión Europea, se utilizarán también como sinónimos los términos **ecológico y orgánico**. Cabe destacar que, en Italia, país para el que se realiza este estudio, el término más utilizado en este sentido es el de **biológico**.

Debido a la amplitud del sector, para definir qué tipo de productos se engloban en esta clasificación es necesario acudir a la legislación europea que los regula. Hasta el momento, han sido los Reglamentos CE n.º 834/2007, 889/2008, 967/2008, 1254/2008 y 710/2009 del Consejo los que establecían las normas de producción. Sin embargo, a partir del próximo 1 de enero de 2021 será el **Reglamento UE 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo**¹. Dicho reglamento fue publicado el 30 de mayo de 2018 y regula la **producción ecológica** y el **etiquetado** de productos ecológicos.

De acuerdo con el Reglamento, la producción ecológica engloba un **procedimiento de gestión agrícola** y **producción** de alimentos obtenidos con prácticas **respetuosas con el medio ambiente** y el **clima**, respetando la **biodiversidad**, los **recursos** naturales y el **bienestar** animal. De esta manera, se trata de dar respuesta a una **demanda creciente** que busca productos con orígenes naturales. En el propio Reglamento, se establece un doble **papel social** de la producción ecológica: la **demand**a de productos naturales y la contribución a la **protección del medio ambiente**, el desarrollo de espacios rurales y el respeto al bienestar animal.

Los productos regulados por este Reglamento son los **productos agrícolas** vivos o no transformados, incluidas las **semillas** y materiales de **reproducción vegetal**; los productos agrícolas transformados destinados a la **alimentación humana** (entre los que se incluyen los vinos) y los piensos.

Para la consideración de cualquier producto como ecológico se deben cumplir con los **principios específicos** para cada una de las ramas de este tipo de producción:

¹ Eur-lex.europa.eu. 2020. EUR-Lex - 32018R0848 - EN - EUR-Lex. [online] Available at: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32018R0848>>

1. Entre los principios generales se incluyen el **respeto de los sistemas y ciclos** y el mantenimiento del **ecosistema**, la conservación de **elementos del paisaje**, utilización responsable de la **energía** y los recursos, dar respuesta a la **demanda** sin dañar al medio, la salud o los animales, la garantía de la **integridad de la producción** en todas sus etapas, el diseño y gestión de procesos biológicos basados en sistemas ecológicos, la restricción de medios externos (con excepciones), la **adaptación de la producción** al Reglamento, la exclusión de la **clonaciones** de animales o la **cría irresponsable** y un mantenimiento de **bienestar animal** elevado respetando las necesidades de cada especie.
2. En cuanto a los principios específicos para las **actividades agrarias y la acuicultura** se encuentran el mantenimiento y la mejora de la **fertilidad**, la **estabilidad**, la retención del agua y la **biodiversidad** del suelo, la reducción del uso de **recursos no renovables** y medios externos, el **reciclaje** de residuos y subproductos, el uso de **semillas** y animales con **diversidad genética**, la elección de **variedades vegetales** según particularidades de los sistemas específicos de producción, el uso de materiales ecológicos de **reproducción vegetal**, la obtención de variedades atendiendo a las **limitaciones naturales** en los cruces, la posibilidad de que se utilicen materiales de reproducción vegetal de la **misma explotación**, la elección de especies animales con diversidad genética, la producción ganadera adaptada al lugar, aplicación de prácticas ganaderas que mejoren el **sistema inmunitario** y refuercen las **defensas naturales**, la obtención de productos ganaderos ecológicos a partir de animales que han sido criados en **explotaciones ecológicas**, **mantenimiento sanitario** del medio acuático y sus ecosistemas, alimentación de los organismos acuáticos con piensos sostenibles y la prevención de riesgos en especies con interés de conservación.
3. Por otra parte, los principios aplicables a la **transformación de alimentos** pasando por la producción a partir de ingredientes agrarios ecológicos, la **restricción del uso de aditivos** alimentarios, así como ingredientes **no ecológicos**, la exclusión de sustancias y métodos que conduzcan a **error sobre la naturaleza** del producto, la transformación de alimentos a través de métodos biológicos, mecánicos y físicos y la exclusión de alimentos que contengan **nanomateriales artificiales**.
4. Por último, los principios aplicables a la **transformación de piensos** incluyen la producción de **piensos ecológicos** a partir de **materias primas** ecológicas, la restricción del uso de **aditivos**, la exclusión de sustancias y métodos que **conduzcan a error sobre la naturaleza** del producto y la transformación a través de medios biológicos, mecánicos y físicos.

En el propio Reglamento se establecen también las **normas de producción** para cada uno de los productos susceptibles de ser vendidos bajo la marca biológica. Estas normas regulan la prohibición del uso de OMG², las normas de producción vegetal y animal y la producción de productos transformados, entre otras.

La **Federación Internacional de los Movimientos de la Agricultura Orgánica** publicó el pasado mes de marzo los **principios de la agricultura orgánica**, con el objetivo de **inspirar** al movimiento

² OMG: Organismos genéticamente modificados

orgánico en general y **orientar** al desarrollo de políticas, programas y normas de la propia institución. Los principios fundamentales son los siguientes:

- **Principio de salud:** aboga por la unión entre la salud de las personas, comunidades y la salud de sus ecosistemas. El mantenimiento del bienestar y el desarrollo de la inmunidad, resiliencia y regeneración deben complementar la ausencia de enfermedad. Así, el rol de la agricultura orgánica es el de mantener y mejorar la salud de individuos y ecosistemas.
- **Principio de ecología:** indica que el principal objetivo es el equilibrio ecológico mediante el diseño de sistemas agrarios, la formación de hábitats y el mantenimiento de la diversidad.
- **Principio de equidad:** los participantes de la agricultura orgánica deben conducir su actividad hacia la justicia a todos los niveles. Se trata de que la agricultura orgánica proporcione calidad de vida, contribuya a la soberanía alimentaria y a la reducción de la pobreza. Además, aboga por proporcionar a los animales condiciones de vida según sus necesidades.
- **Principio de precaución:** afirma que la responsabilidad y la precaución son elementos fundamentales en la gestión y desarrollo de tecnologías. Considera el conocimiento científico como fundamental pero no suficiente, la experiencia, el conocimiento local y la tradición también ofrecen soluciones útiles.

La **regulación** de la producción de estos productos se lleva a cabo por la Oficina de Certificación **Demeter**³ del país correspondiente. En Italia hay un total de 402 operadores autorizados.

Segmentos considerados

Dada la amplitud y la complejidad del propio sector se ha considerado oportuno centrar el estudio en dos tipologías de segmentos:

- A. Canales de distribución
 - a. Distribución no especializada
 - b. Distribución especializada
 - c. Comedores escolares

Estos canales se estima que suponen entre un 80% y un 85% del total del consumo de productos procedentes de agricultura biológica en Italia⁴.

- B. Productos
 - a. Procesados
 - i. Pasta, arroz, pan, harina, cereales y bebidas vegetales
 - ii. Conservas de fruta y verdura, miel, fruta seca, legumbres y zumos fruta
 - iii. Vino, aceite, platos preparados y café
 - iv. Galletas y productos de horno, cereales preparados y chocolate

³ <https://demeter.it/>

⁴ Quedan excluidos, por tanto, debido a su alta fragmentación, las ventas directas por pequeños productores, los grupos de compra y de consumidores y la restauración comercial y colectiva. La industria no se ha evaluado de manera individual ya que se incluyen en los Reprodutos terminados y podrían llevar a duplicidades.

- b. Frescos
 - i. Frutas y hortalizas
 - ii. Carnes, embutidos, huevos, pescado y proteína vegetal
 - iii. Lácteos

2.1.1. Producción Biodinámica

La **producción biodinámica** de productos alimentarios está basada en un enfoque holístico teorizado por Rudolf Steiner que entiende la agricultura con la principal prioridad de la **vitalidad**⁵. La agricultura biodinámica se define como un método de **producción agraria** dentro de la denominada como “ecológica”. Este método considera a las explotaciones como **organismos complejos**, haciendo hincapié en la relación entre animales, plantas y suelos. Se trata de considerar al conjunto como un sistema equilibrado en el que se debe evitar intervenciones del exterior y en el que se tiene en cuenta la pérdida de nutrientes.

Los productores biodinámicos conciben las explotaciones como una **única entidad** basada en la ecología, que contiene **organismos independientes**. Subraya la importancia de la **integración** de los cultivos y la ganadería, el reciclaje de los **nutrientes**, la conservación del **suelo** y la **salud** de los animales y cultivos. Bajo esta teoría, los ganaderos y agricultores forman parte del conjunto.

Al igual que en la agricultura ecológica tradicional, se trata de **evitar** el uso de herbicidas químicos, pesticidas y fertilizantes. En este caso, se diferencia de otros sistemas debido al uso de **preparados para el compost y aerosoles** para el terreno de origen vegetal y mineral, así como la adhesión al calendario de siembra en torno al **movimiento de los astros**.

2.2. El vino ecológico

Cabe destacar que, una de las principales novedades que incluye el Reglamento UE 2018/848 es la mención a la **producción de vinos ecológicos**. Se establece que la producción de vino ecológico debe estar sujeta a las mismas normas que los **alimentos ecológicos transformados**. Asimismo, debe ser producido únicamente con materias primas consideradas ecológicas con adición de otras materias autorizadas conforme al propio Reglamento.

En este sentido, existen **otros reglamentos relacionados** con la producción del vino ecológico, aunque el más actualizado es el **Reglamento de Ejecución (UE) n.º 203/2012**. En su capítulo 3 *bis* se especifican las **normas** para la elaboración de vino. Las principales bases de este capítulo son⁶:

⁵ Basado en la teoría desarrollada e impartida por Rudolf Steiner en 1924.

⁶ “VINI GREEN” – Mario Federzoni para LAMADIA Travelfood N. 341 octubre de 2019

- La utilización únicamente de **uvas** cultivadas con métodos de **agricultura biológica**, sin sustancias químicas de síntesis y sin OGM.
- Para la vinificación se podrán utilizar solamente **productos enológicos y procesos autorizados** por el reglamento evitando la adición de sustancias químicas utilizadas para la corrección del vino⁷.
- La **cantidad máxima de sulfitos** permitidos para el vino biológico es de 100mg/l para el vino tinto y de 150mg/l para el vino blanco y rosado, con un diferencial de 30mg/l cuando el azúcar residual presente sea superior a 2 gr/l. La derivación del producto de uvas biológicas será controlada por varios certificadores.
- La **exclusión** de procedimientos y prácticas que conduzcan a **error sobre la naturaleza** de los productos ecológicos.
- Seguimiento de las recomendaciones del estudio **ORWINE**⁸.

En general, los productos y sustancias podrán ser usados siempre que se obtengan a partir de **materia prima ecológica**, se utilicen las sustancias y los productos permitidos por el propio Reglamento y, aquellos productos derivados de materia prima ecológica deberán ser utilizados en caso de que estén disponibles.

2.2.1. Vinos biodinámicos

La producción de vinos biodinámicos reivindica la total **naturalidad** en el cultivo de la vid en el conjunto su entorno. Tanto la naturaleza como los seres vivos y los humanos son parte del proceso de elaboración y buscan un equilibrio natural.

Algunas de las principales condiciones para que un vino sea considerado como biodinámico son las siguientes:

- Seguimiento de **técnicas agrícolas saludables** que respeten la rotación de los cultivos, el uso de abonos verdes y de forrajes producidos en la misma explotación. Destaca la ausencia de productos químicos para el abono de la vid, utilizándose solo productos vegetales, animales y minerales
- Como aditivos de fertilización están permitidos los **preparados vegetales y minerales**
- Seguimiento del **calendario astronómico** para la siembra, cura, poda y recogida de la uva

⁷ Referido al uso de ácido sórbico en la desulfuración.

⁸ Viticultura y producción de vino orgánicos: desarrollo del entorno y las tecnologías enfocadas al consumidor para la mejora de la calidad del vino ecológico y el marco legislativo con base científica – proyecto de investigación financiado por la Comisión Europea iniciado en 2006 acerca de la producción de vino ecológico.

3. Los productos y vinos biológicos a nivel mundial

3.1. La producción de alimentos biológicos

Según los datos publicados por las instituciones FiBL⁹ e IFOAM¹⁰, la superficie mundial dedicada a la agricultura biológica estaba en torno a los 71,5 millones de hectáreas en el año 2018, lo que supuso un incremento de 1,7 millones de hectáreas respecto al año anterior.

Australia se posiciona como el primer país por superficie agrícola cultivada con 35,7 millones de hectáreas, le siguen Argentina con 3,6 millones y China con 3,1 millones de hectáreas. Aproximadamente el 50,3% del terreno dedicado a la agricultura biológica se encuentra en Oceanía, seguido de Europa con un 21,8% y América Latina con un 11,2%.

La producción mundial de productos considerados como biológicos ha alcanzado el valor de 105,5 miles de millones de dólares en el año 2018 (en torno a 96,7 miles de millones de euros). Estados Unidos es el principal mercado con un valor de 40,6 miles de millones de euros, le siguen Francia y China con 9,1 y 8,1 miles de millones de euros respectivamente. Italia (3,5 miles de millones de euros), Canadá (3,1 miles de millones de euros), Suiza (2,7 millones de euros), Reino Unido (2,5 miles de millones de euros), Suecia (2,3 miles de millones de euros) y España (1,9 miles de millones de euros) cierran la lista de los 10 principales países en producción biológica. Entre los mercados emergentes destaca India, para la que se espera un crecimiento del mercado de un 23% desde 2019 a 2023.

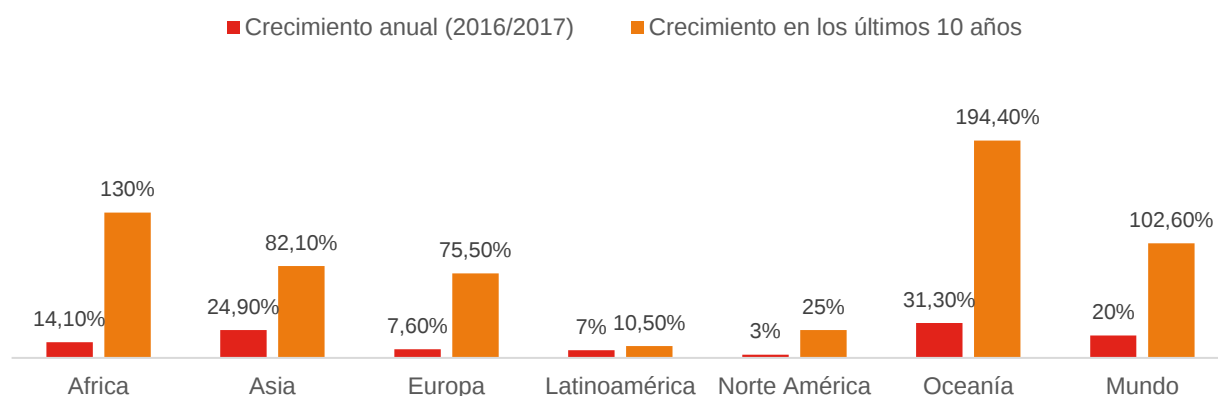
Con respecto al número de productores, en 2017 se registró actividad de, al menos, 2,9 millones de personas. El 40% del total de los productores a nivel mundial se encuentran en Asia, seguidos de África (28%) y Latinoamérica (16%). India, Uganda y Méjico son los países con más productores con 823.000, 210.352 y 210.000 respectivamente. Con respecto al año 2016 se dio un incremento del número de personas dedicadas a la producción de un 5%.

⁹ FiBL: Instituto De Investigación De Agricultura Orgánica

¹⁰ IFOAM: Federación Internacional De Agricultura Orgánica

GRÁFICO 1: CRECIMIENTO EN TIERRA DEDICADA A CULTIVO BIOLÓGICO POR CONTINENTE

Datos de 2017



Fuente: Encuesta FiBL 2019 basada en datos de gobiernos, sector privado y certificadores.

Para Italia, el sector de lo biológico representa en torno al 3,7% del total del consumo alimentario de venta al por mayor. Este dato representa una incidencia inferior con respecto a otros países europeos como Dinamarca con un 11,5%, Suiza con un 9,9%, Suecia con un 9,6%, Austria con un 8,9% y Luxemburgo con un 8%.

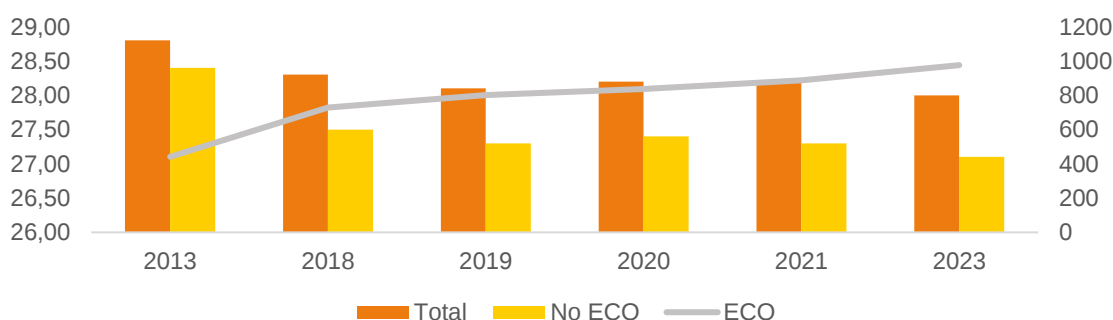
3.2. El consumo mundial de vinos ecológicos y su evolución¹¹

Desde el año 2013 el consumo mundial de vinos ecológicos ha llegado casi a duplicarse, de acuerdo con el estudio de IWSR *drink market análisis* realizado bajo demanda del salón francés Millésimo Bio. Los vinos denominados ecológicos, orgánicos o biológicos siguen una tendencia creciente en su consumo, a pesar de que la situación general no parece positiva para el consumo general de vino. De acuerdo con el informe se espera que, para 2023, el consumo mundial de vino en el mundo llegue a los 28.000 millones de botellas; es decir, se mantenga estable en los últimos años y supone una caída del 2,8% con respecto a lo registrado en 2013. De estos, en torno al 97% estará representado por vino no ecológico, aunque se espera que su progresión sea negativa con una caída del 4,6% desde 2013 hasta la previsión para 2023.

¹¹ El consumo mundial de vinos ecológicos se ha duplicado desde 2013 por Vicent Escamilla. Datos basados en el estudio IWSR para SudVinBio/Millésime BIO

GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE VINO BIOLÓGICO Y NO BIOLÓGICO EN EL MUNDO

Datos de 2019, porcentaje



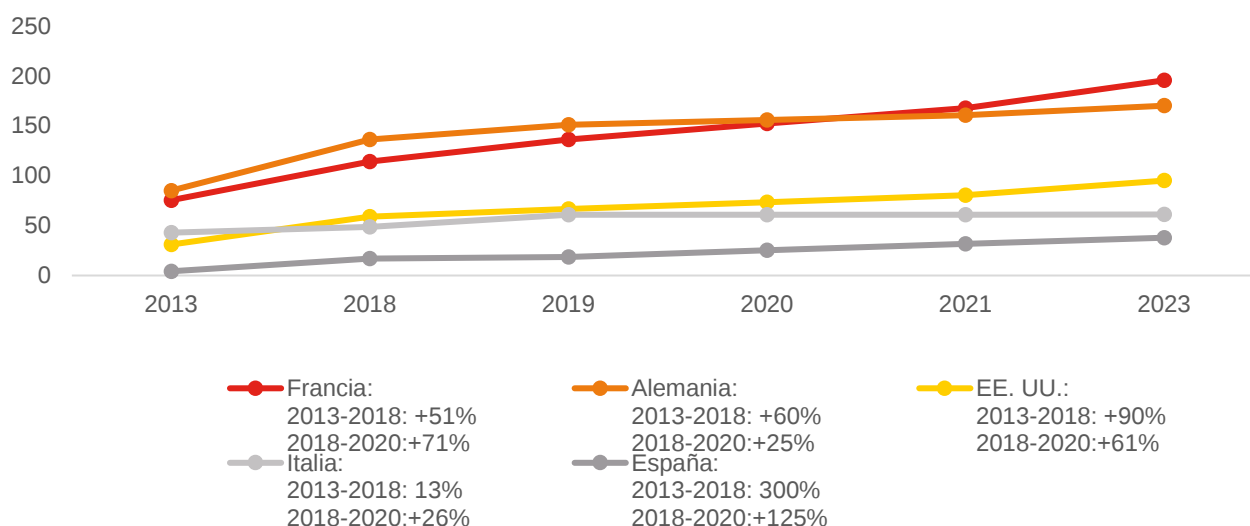
Fuente: Escamilla, Vincent; "El consumo mundial de vinos ecológicos se ha duplicado desde 2013"

Por su parte, el vino ecológico está llevando a cabo un desarrollo muy importante según dicho estudio. Su consumo fue de 441 millones de botellas en 2013, y desde entonces su crecimiento progresivo se ha mantenido constante. En el año 2018 se consumieron 729 millones de botellas, y 2019 cerró con un total de 976 millones de botellas de vino ecológico consumidas a nivel mundial, suponiendo un crecimiento de un 121,3% con respecto a 2013. Así, el segmento ecológico ha conseguido un incremento de consumidores y cuota de mercado alcanzando un 2,6% del total en 2018 frente al 1,5% alcanzado en 2013, y se espera que cierre 2020 habiendo alcanzado la barrera del 3%. ¹²

¹² Estimaciones realizadas antes de la crisis COVID-19

GRÁFICO 3: EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE VINO BIOLÓGICO EN ALEMANIA, ESPAÑA, FRANCIA, ITALIA Y EE. UU.

Millones de botellas



Fuente: Escamilla, Vincent; "El consumo mundial de vinos ecológicos se ha duplicado desde 2013"

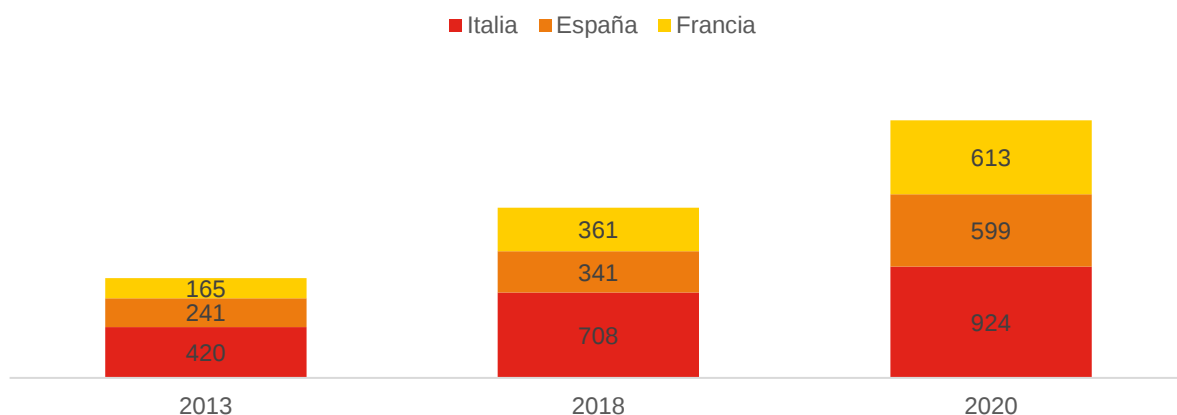
3.2.1. Los principales mercados mundiales

El informe mencionado se encarga de analizar el mercado del vino ecológico en Italia, España, Francia, Alemania y Estados Unidos, considerados mercados clave del sector. En conjunto, los cinco países consumieron 438,7 millones de botellas a lo largo del año 2018, que supone el 60,2% del consumo total de vino biológico en ese año. El segmento del vino tinto, con 214 millones de botellas, fue el más consumido; le siguen 131,7 millones de botellas de vino blanco, 47 millones de botellas de vino espumoso y 46 millones de vino rosado. Las estimaciones para el año 2023 apuntan que se alcance un total de 637 millones de botellas de vino ecológico consumidas, con un crecimiento del 60% para vino rosado, 48% para vino tinto y vino espumoso y 35% para vino blanco.

Si las previsiones se cumplen, la producción también se verá incrementada. Actualmente España es el país con mayor superficie de viñedos considerados ecológicos, y se espera que continúe en esa posición en 2023 con 160.000 hectáreas, seguidas por las 115.000 esperadas para Francia y las 96.320 para Italia.

GRÁFICO 4: EVOLUCIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE VINO ECOLÓGICO EN LOS TRES PRIMEROS PRODUCTORES

Millones de botellas



Fuente: Escamilla, Vincent; "El consumo mundial de vinos ecológicos se ha duplicado desde 2013"

Cabe destacar que, aunque España es el país con más superficie dedicada al viñedo ecológico, Italia es líder de producción, habiendo alcanzado los 708 millones de botellas producidas en 2018, seguidas de las 361 de Francia y las 341 de España. Para 2023 se espera que el ranking se mantenga, con Italia a la cabeza (924 millones de botellas), seguido por Francia (613 millones de botellas) y España (599 millones de botellas).

Con respecto a los consumidores de vino ecológico, tradicionalmente Alemania ha sido líder; sin embargo, se espera que para 2021 Francia lo haya superado y se coloque como primer consumidor global en 2023. De hecho, Francia ha visto incrementado su consumo en un 51% desde el 2013 y un crecimiento esperado de un 71% entre 2018 y 2023.

Tanto Italia como España no se encontrarán en la lista de los principales consumidores, ya que la mayor parte de su producción está destinada a la exportación. En Italia, las exportaciones de vino ecológico suponen un 88,2% del total de la producción, y se espera que ascienda hasta el 90,7% en 2023. España, por su parte, exportó un 91% de sus botellas en 2018, sin embargo, se espera que para el año 2023 descienda a un 89%.

4. Oferta

4.1. La producción de productos alimentarios biológicos en Italia

La producción italiana de productos biológicos alcanza un valor de 1.836 millones de euros a precios de producción y 3.050 millones de euros a precios de mercado. De acuerdo con los datos proporcionados por SINAB¹³, el sector se compone por un total de 20.092 empresas¹⁴, lo que supone un crecimiento de un 8,6% con respecto al año anterior. De estas, un 51,6% se dedica a la producción y preparación de productos, un 46,1% se dedica exclusivamente a la preparación y un 2,3% pertenece a los importadores.

TABLA 1: REPARTO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR Y VARIACIÓN INTERANUAL
Datos 2019

Tipología	N.º de participantes	Variación % (2018/2019)
Productores/preparadores	10.363	+10,2%
Preparadores	9257	+6,5%
Importadores	472	+14,8%
Total	20.092	+8,6%

Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

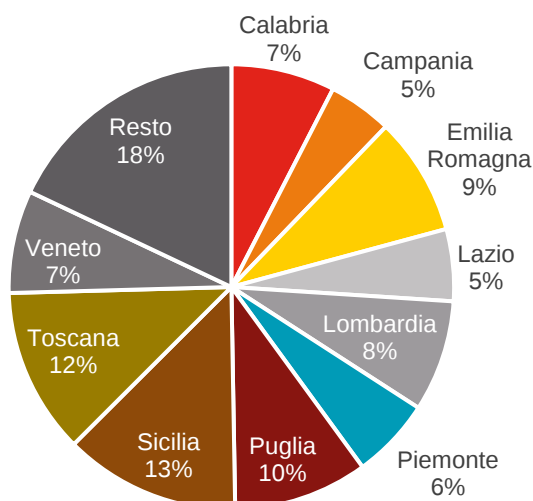
Del total de las empresas dedicadas al sector de la producción alimentaria biológica, existe una gran concentración geográfica. Sicilia, Toscana, Apulia, Emilia Romana y Lombardía agrupan un 51,4% del total de las empresas.

¹³ Sistema d'Informazione Nazionale Sull'Agricoltura Biologica (Sistema de Información Nacional de Agricultura Biológica)

¹⁴ Datos hasta el 31 de diciembre de 2018

GRÁFICO 5: REPARTO TERRITORIAL DE LAS EMPRESAS

Del total del territorio italiano



Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

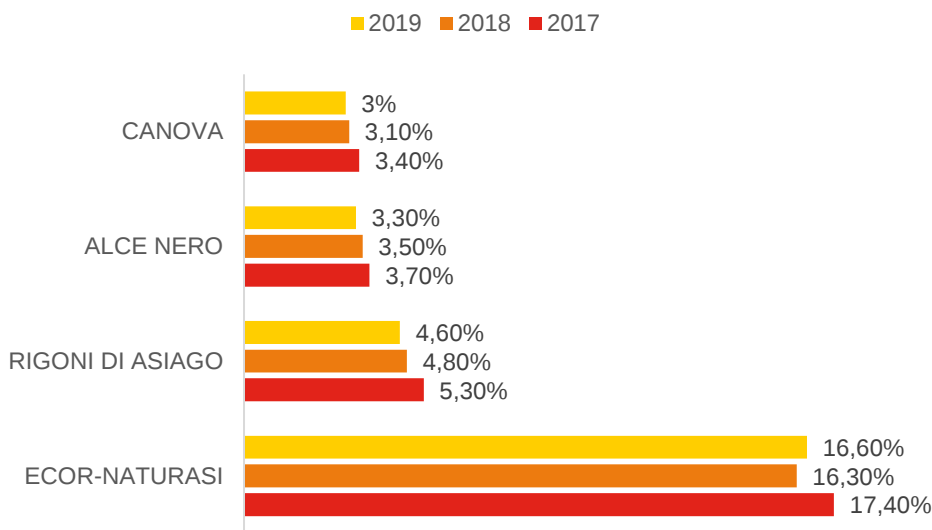
Dentro de esas 20.092 empresas, Italia cuenta con un total de 58.954 personas activas, un 2,8% superior al 2018. En total, los operadores dedicados al sector biológico han crecido un 4,2%, pasando de 75.873 en 2017 a 79.046 en 2018.

El peso de las cuatro primeras empresas del mercado pasa del 27,7% en 2018 al 27,5% en 2019; y las primeras ocho empresas pasan de una cuota del 37,1% al 36,6% en 2019, reduciendo así el mercado carácter fragmentado del sector. El grupo ECOR-NATURASI condiciona estos resultados, ya que su facturación agrupa el 16,6% del total del mercado.

Con respecto a la división por productos el segmento de procesados ha crecido un 0,9% desde el año pasado alcanzando así un 58,4% del total. Los productos frescos suponen el 41,6% restante y han generado un crecimiento de un 3,6% desde 2018.

Datos de los principales operadores del sector

GRÁFICO 6: CUOTA DE MERCADO DE LOS 4 PRINCIPALES OPERADORES DEL SECTOR
Evolución anual de la cuota de mercado



Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

Los principales operadores del sector han ido perdiendo parte de su cuota de mercado de una manera ligera pero estable, dejando patente la desconcentración que está viviendo el sector en Italia.

En términos de facturación general y por producto se mantienen también líderes los mismos operadores. ECOR-NATURASI y ALCE NERO producen tanto productos procesados como frescos, mientras que CANOVA y RIGIONI DI ASAGO están especializadas en frescos y procesados respectivamente.

TABLA 2: RANKING DE LOS 20 PRIMEROS PARTICIPANTES POR FACTURACIÓN
Datos en millones de euros

Empresa	Facturado 2019	Variación media interanual
		2017-2019
ECOR-NATURASI (grupo económ.)	307,1	-1,40%
RIGONI DI ASIAGO	112	-2,10%
CANOVA	87	1,20%
WESSANEN (grupo económ.)	86,6	-
ALCE NERO	74	0,80%
FIORENTINI ALIMENTARI	60	13%
GRANAROLO	52	-6,60%
BRIO	48,8	0,70%
DAMIANO	45	5,90%
MOLINO GRASSI	44	3,60%
ALMAVERDE BIO ITALIA	38	-3,80%
THE BRIDGE	38	10,50%
FRUTTAGE	33,5	11,40%
IL MANGIARSANO – GERMINAL ITALIA	32	3,30%
KI GROUP HOLDING	30	-15,40%
EUROFOOD	30	5,40%
NOBERASCO	28,5	-3,60%
MOLINO SIMA	27	3,90%
RISO SCOTTI	26,7	-1,50%
FILENI ALIMENTARE	26	17,0%

Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

TABLA 3: REPARTO DE LA FACTURACIÓN POR SEGMENTO DE PRODUCTO
Datos en millones de euros

Empresa	Productos frescos		Productos procesados		Facturado específico	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
ECOR-NATURASI (grupo económ.)	108,5	114	187,5	193,1	296,8	307,1
RIGONI DI ASIAGO	•	-	112,5	112	112,5	112
CANOVA	85,6	87	-	-	85,6	87
WESSANEN (grupo económ.)	-	-	82,5	86,6	82,5	86
ALCE NERO	1,7	2	71,5	72	73,2	74
FIORENTINI ALIMENTARI	-	-	54	60	54	60
GRANAROLO	51,7	52,7	-	-	51,7	52,7
BRIO	46,6	45,3	4,3	3,4	50,9	48,7
DAMIANO	-	-	41,2	45	41,2	45
MOLINO GRASSI	-	-	42	44	42	44
ALMAVERDE BIO ITALIA	30	29,5	8,7	8,5	38,7	38
THE BRIDGE	-	-	33,5	38	33,5	38
FRUTTAGE	-	-	30	33,5	30	33,5
IL MANGIARSANO – GERMINAL ITALIA	-	-	32	32	32	32
KI GROUP HOLDING	6	5	29,8	25	35,8	30
EUROFOOD	-	-	29	30	29	30
NOBERASCO	-	-	28,4	28,5	28,4	28,5
MOLINO SIMA	-	-	26,4	27	26,4	27
RISO SCOTTI	-	-	26	26,7	26	26,7
FILENI ALIMENTARE	22	26	-	-	22	26

Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

4.2. Comercio exterior italiano de productos biológicos

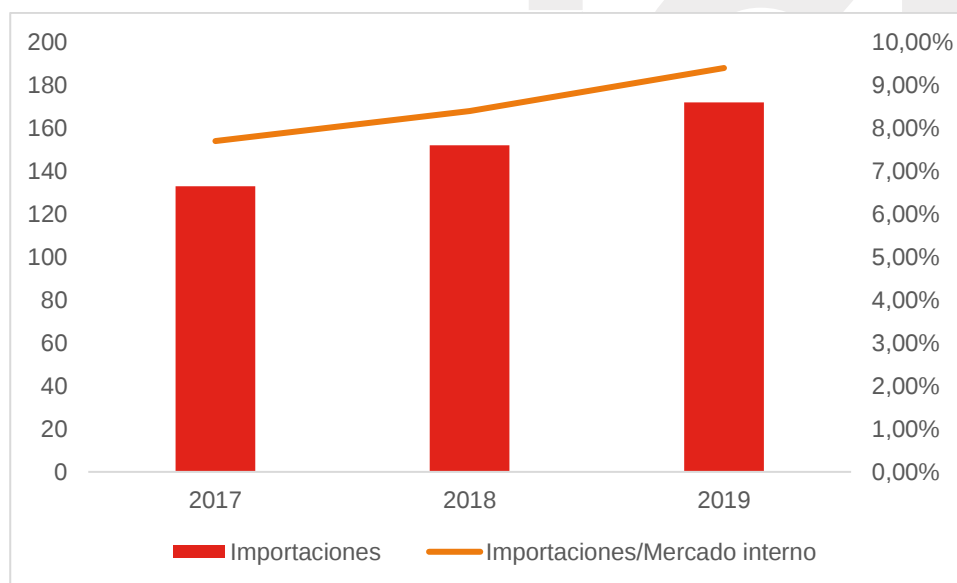
4.2.1. Importaciones de productos alimentarios

En los tres canales considerados, se estima que el valor total de los productos alimentarios biológicos importados en 2019 fue de 172 millones de euros, un 13,2% más que en 2018 y suponiendo una incidencia del 9,4% sobre el total comercializado.

Las importaciones se refieren de manera limitada a la venta al por menor no especializada y son relativas, sobre todo, a hortalizas, productos de panadería, cereales preparados y bebidas vegetales. Estos segmentos tienen una incidencia mayor en el comercio al por menor especializado donde las marcas internacionales como Rapunzel y Provamet están asentadas.

GRÁFICO 7: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN VALOR Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO INTERNO

Importaciones en millones de euros, incidencia en %



Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

Importaciones desde terceros países

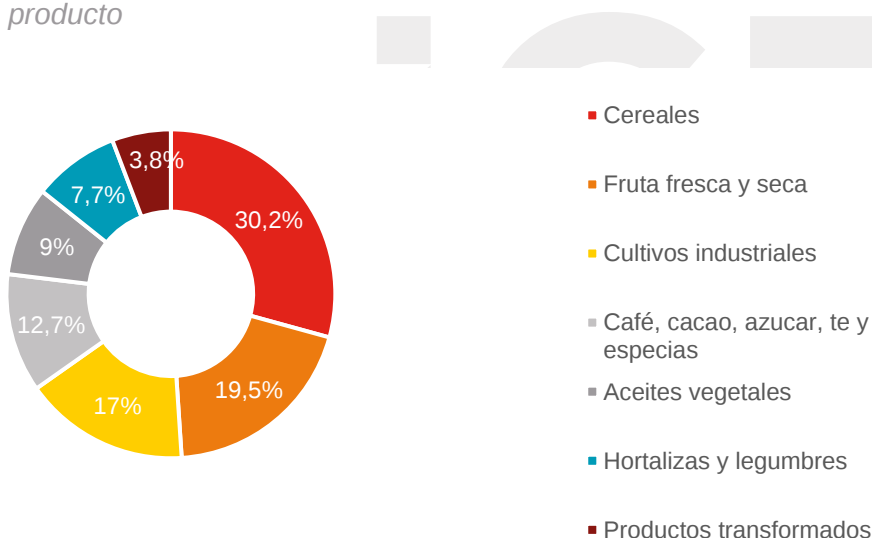
De acuerdo con SINAB y su informe anual “Bio in Cifre 2020”, en 2019 las importaciones de productos biológicos estuvieron encabezadas por los cereales (grano duro y tierno, maíz, arroz y otros cereales) suponiendo un 30,2% del total del volumen importado. Le siguen los cultivos industriales como la harina de soja, las vainas de soja, las semillas de girasol y de lino, cacahuètes, etc.) suponiendo un 19,5% del total de las importaciones por volumen.

Del análisis de los datos sobre importaciones procedentes de terceros países se pudo observar un incremento de la cantidad total importada de un 13,1% en 2019 con respecto a 2018. Tienen una gran incidencia en esa evolución la categoría de productos industriales que se ha incrementado un 35,2% respecto a 2018. Otras categorías que han mostrado un crecimiento positivo son los aceites vegetales con un 15,9%, los cereales con un 16,9% y la categoría bajo la que se enmarcan el café, el cacao, los azúcares, el té y las especias con un crecimiento del 16,9%. En el segmento de verduras y legumbres permanece casi invariable con un incremento del 3,1%.

En cuanto a los productos transformados como bebidas, productos lácteos y miel, cereales transformados, frutas y verduras transformadas, etc. se ha podido observar una caída del 26,8% en los volúmenes importados con respecto a 2018. Mientras, la categoría de fruta fresca y seca se ha mantenido prácticamente invariable.

GRÁFICO 8: INCIDENCIA DEL VOLUMEN DE PRODUCTOS BIOLÓGICOS IMPORTADOS EN ITALIA

Por tipo de producto



Fuente: ISMEA – Bio in cifre 2020

En cuanto a los mercados, la situación entre 2018 y 2019 no ha variado sustancialmente; Turquía se mantiene como el primer país proveedor con un 18,2% del total importado, seguida de China con una cuota del 17,3% y Túnez con un 9%.

Tanto Asia (32,4%) como los países europeos no UE (25,9%) son las áreas geográficas de las cuales se importan mayores cantidades de productos biológicos. En el entorno de estos países, la situación resulta aun así muy diversificada, con un rol importante de China en las importaciones de cultivos industriales y de países como Pakistán, India y Tailandia para el arroz. Entre los países

europeos no pertenecientes a la Unión Europea, Turquía se caracteriza por las importaciones de grano duro y arroz, mientras Ucrania por las vainas de soja y el maíz.

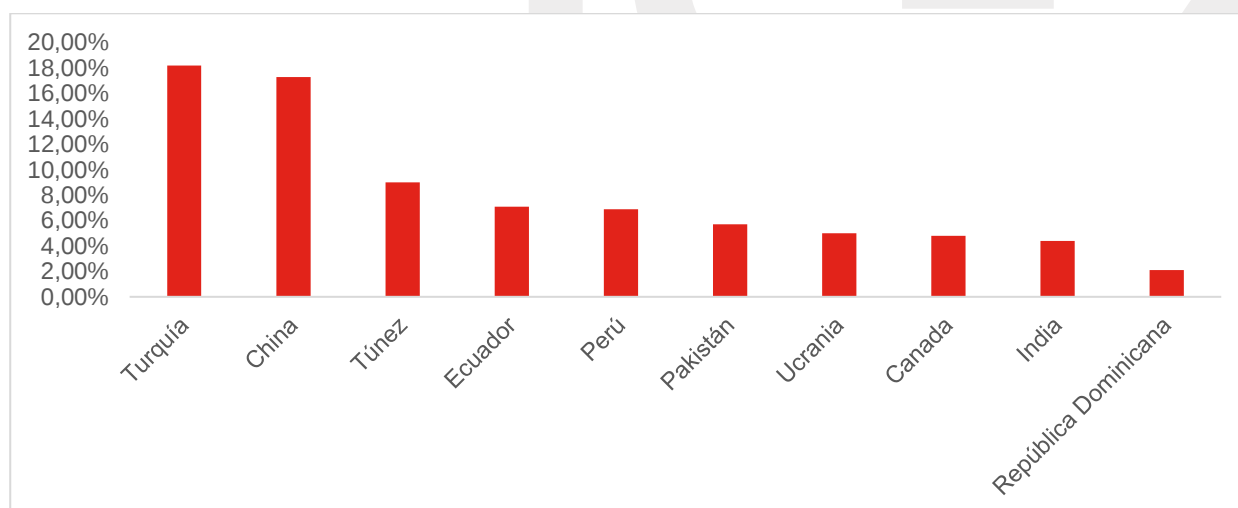
América Latina continúa siendo un área considerable ya que en 2019 se ha importado desde allí un 22,6% del total de los volúmenes de productos alimentarios biológicos. Desde allí procede sobre todo la fruta fresca, azúcar de caña y café.

De los países africanos Túnez, Togo y Egipto son los principales proveedores. Túnez, sobre todo, resulta un país estratégico para las importaciones de aceite de oliva biológico (prácticamente la totalidad de aceite de oliva biológico importado en Italia procedió de Túnez. Mientras, desde Togo se importan sobre todo vainas de soja; Egipto, por último, se confirma como un proveedor de hortalizas biológicas, sobre todo patatas y pistachos.

América del Norte destaca por sus importaciones de grano tierno, sirope de arce de Canadá y las verduras transformadas de México.

GRÁFICO 9: IMPORTACIONES BIOLÓGICAS EN ITALIA: RANKING DE LOS PRIMEROS 10 PAÍSES

% de importación del año 2019



Fuente: ISMEA – Bio in cifre 2020

4.2.2. Exportaciones de productos alimentarios biológicos

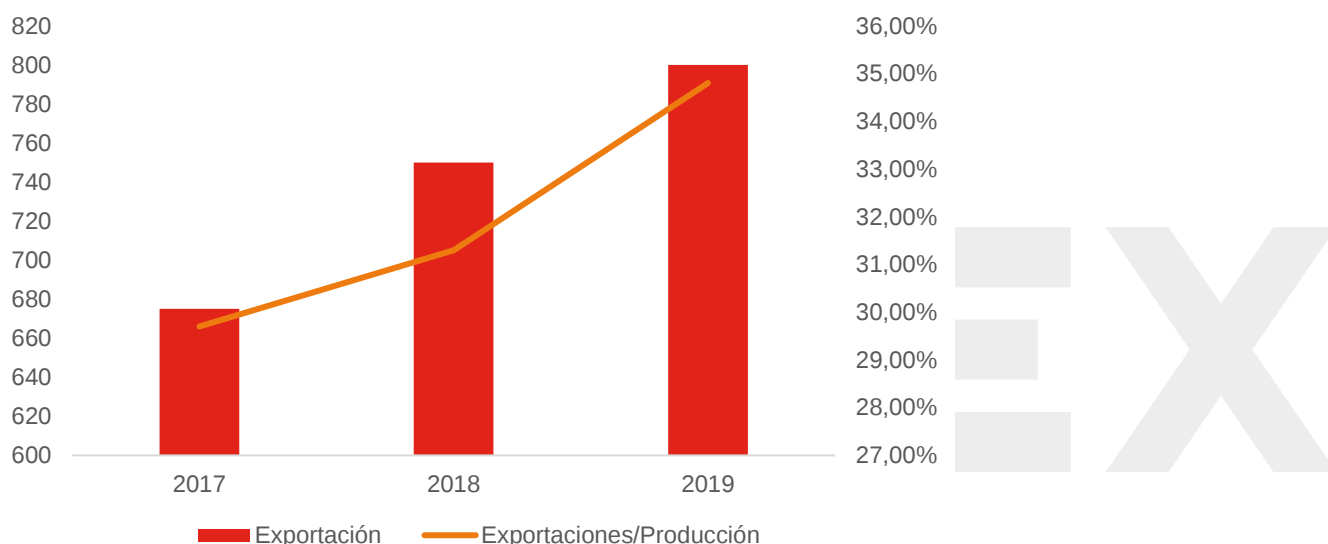
Dado que las estimaciones existentes con respecto a las exportaciones italianas no distinguen entre materias primas y productos acabados, su valorización es siempre compleja. A esto se le une la

falta de información relativa al sector por parte de ISTAT¹⁵ y la presencia de muchos operadores pequeños del vino, el aceite, la pasta y el queso, cuya actividad queda fuera de cualquier estadística.

El 34,8% de las empresas consideradas en el estudio se dedica a la exportación, y el crecimiento de sus ventas a terceros países en 2019 ha sido del 18,7% con respecto a 2018.

GRÁFICO 10: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES EN VALOR Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO INTERNO

Exportaciones en millones de euros, incidencia en %



Fuente: Analisi di segmenti e quote di mercato: Alimenti biologici – Cerved Databank

De acuerdo con datos de NOMISMA y del Osservatorio Sana, en 2018 las exportaciones italianas del sector biológico obtuvieron un valor de 2.266 millones de euros, un 10% superior con respecto al 2017 y un 597% superior respecto al 2008.

Estas cifras hacen que Italia sea el segundo país más importante en exportaciones de productos alimentarios biológicos a nivel mundial, solo por detrás de Estados Unidos. En este ranking le siguen China, España y Francia.

Con respecto a la propensión a la exportación de las empresas, el 23% de la facturación de las empresas agroalimentarias biológicas procede del comercio internacional, frente al 21% de las compañías agroalimentarias tradicionales. En este sentido, la incidencia de las exportaciones BIO con respecto al total de las exportaciones agroalimentarias creció un 5,5% entre 2017 y 2018.

¹⁵ Istituto Nazionale di Statistiche

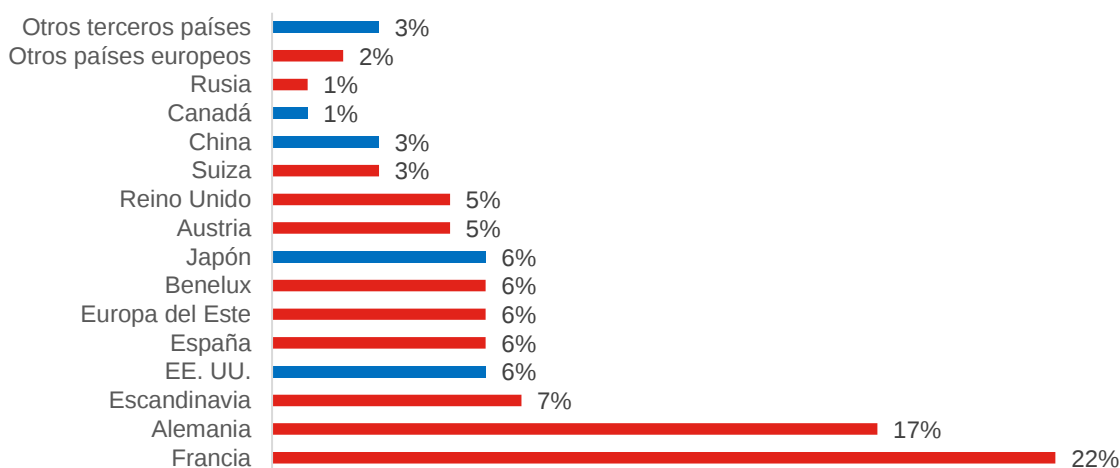
Distribución geográfica de las exportaciones

Las exportaciones de las empresas dedicadas a los productos de agroalimentación biológicos tienen como destino principalmente los países europeos, representando un 77% del total y el 23% restante mercados en terceros países.

Francia es el principal país receptor con un 22% del total de las exportaciones, seguida de Alemania (17%), Escandinavia (7%), Estados Unidos, España, Europa del Este, Benelux y Japón con un 6% cada una de ellas.

GRÁFICO 11: MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ITALIANAS

% del total de las importaciones por mercado



Fuente: Osservatorio Sana

Con respecto a los principales canales de venta en el exterior durante 2018, la gran distribución encabeza la clasificación con un 51% del total del facturado a través de este canal. Le siguen los mayoristas e intermediarios con un 21%, el comercio al por menor especializado con un 19%, el sector HORECA con un 5% y el online con un 1%.

Por tipología de productos, los productos acabados con marca propia agrupan un 46% del total de la facturación por exportación. A continuación, se encuentran los productos acabados de marca privada (40%) y las materias primas y semielaborados (10%).

4.3. La producción de vino biológico en Italia

Italia es el líder en la producción de vino biológico de todo el continente europeo¹⁶. Aquí se encuentran un tercio de los viñedos ecológicos europeos y donde el número de hectáreas dedicadas a este cultivo se duplicó en apenas 4 años que pasó de 52.000 hectáreas en 2012 a 103.500 en 2016 (66.133 efectivas y 37.412 en conversión) llegando a registrar una crecida con respecto a 2015 de un 24%. Los consumidores tratan de encontrar productos cada vez más “verdes” que traten de evitar la contaminación de acuíferos y suelos.

La producción de vino biológico se encuentra en torno a los 500 millones de litros¹⁷, destinados a los canales de distribución como enotecas, negocios especializados y gran distribución. En esta última, durante 2016 las ventas se incrementaron en un 65% para los espumosos, un 85% para los vinos DOC y DOCG y un 118% para los vinos con denominación geográfica.

En cuanto a la relación entre el total de viñedo biológico con respecto al viñedo considerado tradicional ha crecido progresivamente en los últimos años, y ha conseguido pasar de un 3,9% en el año 2000 a un 17% en 2019¹⁸, con 109.000 hectáreas biológicas de las cuales 84.000 están convertidas (13% más que el año anterior), mientras que 26.000 están en fase de conversión (20% menos que el año anterior). Aun así, el país se encuentra en el nivel de conversión más bajo desde el 2014, algo que apunta a la ralentización del segmento de los vinos.

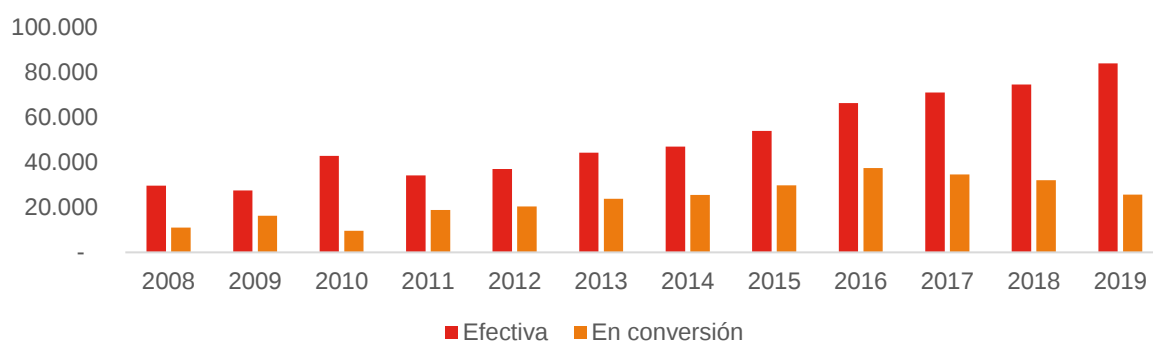
¹⁶ Vinitaly 2018: il trionfo del vino biológico italiano - <https://feder.bio/vinitaly-2018-trionfo-del-vino-biologico-italiano/#:~:text=La%20produzione%20di%20vino%20biologico,e%20DOCG%20e%20di%20un>

¹⁷ SINAB, 2017

¹⁸ Il Corriere Vinicolo ed. Biológico; I numeri della viticoltura biológica in Italia, Sinab 2020

GRÁFICO 12: EVOLUCIÓN DEL TERRENO DEDICADO A LA PRODUCCIÓN DE VINO BIOLÓGICO

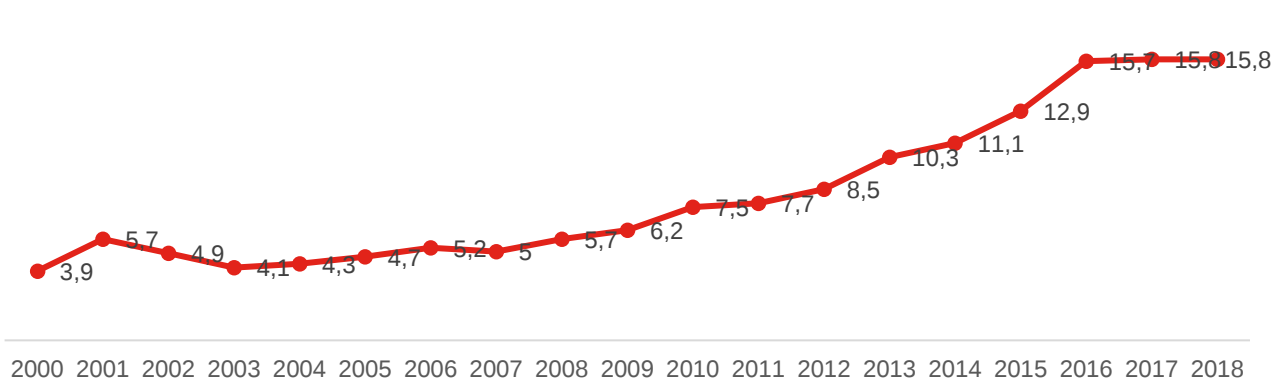
Hectáreas efectivas y en conversión



Fuente: I numeri della viticoltura biológica in Italia – aggiornamento 2019, I numeri del vino

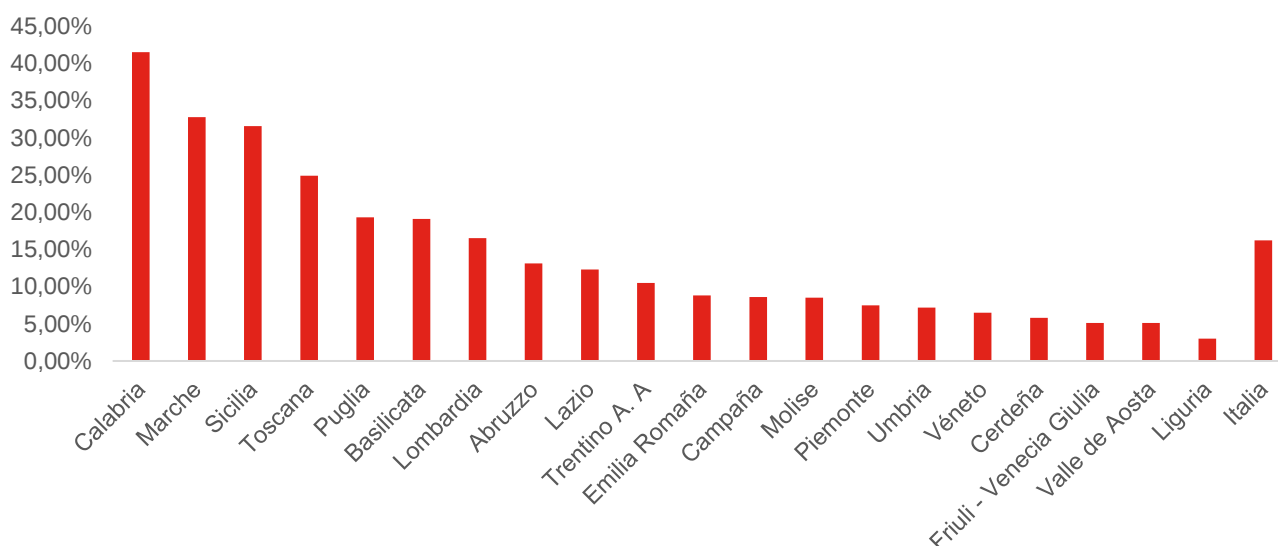
GRÁFICO 13: CUOTA PORCENTUAL DE VIÑEDO BIOLÓGICO SOBRE EL TOTAL DEL VIÑEDO EN ITALIA

Solo uva de vino



Fuente: Il Corriere Vinicolo

En este sentido, y teniendo en cuenta la división regional, Sicilia (30.660 hectáreas), Apulia (17.024 hectáreas), Toscana (15.059 hectáreas) son las regiones que más terreno dedican a la producción de vino ecológico. Si se tiene en cuenta la superficie destinada a la vid biológica sobre el total de la vid, se llega a que la tasa de penetración biológica por regiones está encabezada por Calabria (41,50%), Marche (32,80%), Sicilia (31,60%) y Toscana (24,90%).

GRÁFICO 14: SUPERFICIE BIO: CUOTA SOBRE EL TOTAL DEL VIÑEDO POR REGIONES
Datos 2018


Fuente: Il Corriere Vinicolo

Entre 2017 y 2018 muchas de las regiones italianas que aún no contaban con una producción tan desarrollada incrementaron la superficie dedicada a uva ecológica; entre ellas destacan Campaña (+37%), Véneto (+30%) y Emilia Romana (+21%).

Resulta también interesante señalar que, entre las diferentes tipologías de vino, los tintos son los más comprados y constituyen el 49% de las ventas de vino biológico. Los blancos, por su parte, han registrado el crecimiento más importante con un 151% anual frente al 72% de los tintos.

TABLA 4: RANKING DE LOS PRINCIPALES PRODUCTORES DE VINO BIOLÓGICO
Datos botellas de vino

Productor	Región	Provincia	Producción
Alois Lageder	Trentino-Alto Adige	Bolzano	1.500.000
Cantina Sociale Santa Maria la Palma	Sardegna	Sassari	3.600.000
Cantina Tollo	Abruzzo	Chieti	12.000.000
Cantina Valpolicella Negrar	Veneto	Verona	6.500.000

Cantine Nicosia	Sicilia	Catania	1.850.000
Cantine Volpi	Piemonte	Alessandria	1.300.000
Firriato	Sicilia	Trapani	4.250.000
La Vis	Trentino-Alto Adige	Trento	5.500.000
Meloni	Cerdeña	Cagliari	1.500.000
Felline	Apulia	Taranto	1.200.000

Fuente: Produttori di vino Biologico – Quattroclici

4.4. Comercio exterior de vinos biológicos

4.4.1. Exportaciones de vinos biológicos¹⁹²⁰

En el año 2016, las exportaciones de vino ecológico italiano alcanzaron los 192 millones de euros, alcanzando un crecimiento de un 40% con respecto al año anterior, llegando a suponer un 10% del total de las exportaciones del total del agroalimentario biológico. Este dato es interesante teniendo en cuenta que las exportaciones totales entre esos años crecieron en un 4%.

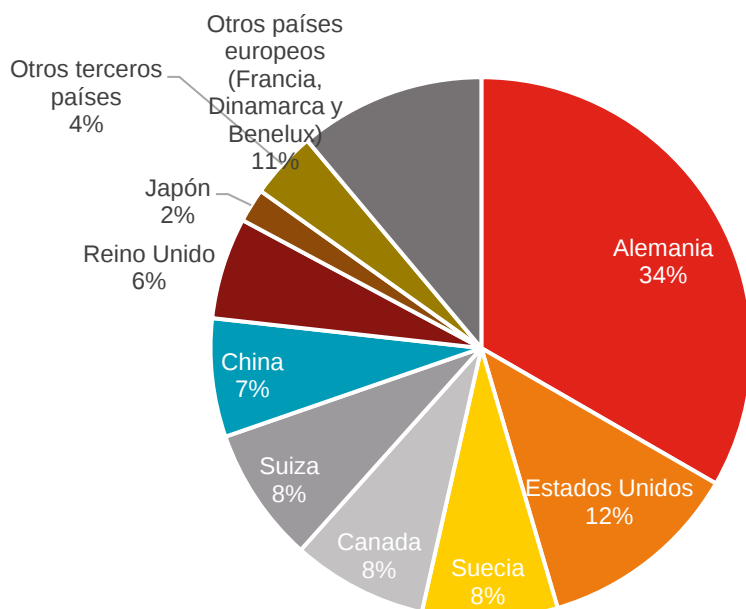
Del total del vino biológico vendido fuera de Italia, un 66% tuvo como destino países europeos, mientras que un 34% se dirigieron hacia terceros mercados.

¹⁹ Economía Marche Journal of Applied Economics – Il marketing del vino biologico: opportunità e criticità per le imprese vitivinicole delle Marche

²⁰ 18 julio 2017 – Vola l'export dei vini bio italiani <https://www.nomisma.it/18-luglio-2017-vola-l'export-dei-vini-bio-italiani/>

GRÁFICO 15: MERCADOS DE DESTINO DEL VINO BIOLÓGICO ITALIANO

Datos 2016



Fuente: Encuesta Wine Monitor Nomisma 2017 para la Agencia ICE

Durante ese año, el vino biológico tenía un peso total del 3,4% sobre el total del vino italiano, lo que evidencia un crecimiento estable dado el peso en 2014 (1,9%) y en 2015 (2,6%). Este crecimiento puede encontrar su explicación en la propensión de las empresas bio italianas hacia el comercio internacional como apunta la encuesta realizada por “Wine Monitor Nomisma”. En esta encuesta se llegó a saber que las exportaciones de las empresas vinícolas italianas tienen un peso medio de un 70% frente al 52% de los productores de vino convencional. De hecho, en ese mismo año se dio un incremento de las empresas exportadoras de un 4% con respecto al 2015, alcanzando así el 79% de las empresas.

Alemania es el mercado de referencia de las exportaciones, el 33% de la facturación de los vinos biológicos italianos proviene de este país. Le sigue con un 12% el mercado estadounidense.

Para las empresas incluidas en la encuesta de Nomisma, las exportaciones en los años siguientes vendrán impulsadas por el comercio con terceros países, sobre todo con el mercado estadounidense. Además, se mantienen las expectativas positivas para el mercado europeo. La sensación general es de optimismo de cara al futuro con un cuarto de las empresas esperando un crecimiento en el volumen de negocios registrado en mercados extranjeros (crecimiento superior al 10%); y un 54% de ellos espera ese crecimiento en los próximos 3 años (entre el 2% y el 10%).

Las empresas italianas exportadoras de vinos biológicos apuntan a reconocida calidad de su producto, el conocimiento y el aprecio de la marca junto con la confianza en la empresa y a la trazabilidad de su producto como los principales puntos fuertes que favorecen al comercio exterior. Tanto es así que en la encuesta Nomisma realizada a consumidores británicos y alemanes sobre las actitudes hacia el vino italiano, un 19% lo asocia al concepto de “alta calidad” y el 15% con la “autenticidad”.

Por otra parte, los puntos críticos que se derivan de la encuesta llevan al desconocimiento de las características de este tipo de vino, el coste elevado por botella y la falta de ciertos tipos de vino.

4.4.2. Importaciones de vino biológico

La cultura vinícola junto con el arraigo del *made in Italy* instaurado en el país, hace que encontrar datos precisos acerca de las compras de vino biológico al exterior sea muy difícil. Es por ello por lo que, con el objetivo de proporcionar una información veraz a este estudio de mercado se ha decidido realizar un *store check* virtual en algunas de las páginas de venta de vinos biológicos para saber cuáles son los vinos que se venden y de donde proceden.

TABLA 5: VINOS EXTRANJEROS ENCONTRADOS EN LA WEB

Vino	Procedencia	Precio
Sherry Don Zoilo Pedro Ximénez 12 Years Old Williams & Humbert Jerez De La Frontera DO	España	14,30 €
Madeira Malmsey Henriques & Henriques Vino Dolce Portoghese Madeira DO	Portugal	16,20 €
Bourgogne Aligoté 2018 Pierre Morey	Francia	16,80 €
Cabernet Sauvignon Casillero Del Diablo 2017 Concha Y Toro Valle Central Chile DO	Chile	8,30 €
Infanta Isabel 10 Years Old Rozès Porto	Portugal	18,30 €
Traminer 2019 Tűzkő Bátaapáti Antinori Vino Ungherese	Hungría	6,20 €
Carmenere Casillero Del Diablo 2018 Concha Y Toro Valle Central Chile DO	Chile	8,30 €

Pétale De Rose 2017 Chateau La Tour De L'evêque Régine Sumeire AOP Côtes De Provence	Francia	17,00 €
Passo Doble 2014 Masi Tupungato Vino Rosso Argentino Valle De Uco	Argentina	9,30 €
Sauvignon Blanc Casillero Del Diablo 2015 Concha Y Toro Chile	Chile	7,20 €
Les Perrières Saumur Blanc 2017 Arnaud Lambert Lieu DIT	Francia	16,70 €
Riesling 2014 Tuzko Tolnai Vino Ungherese Bianco Distribuito Da Antinori Protected Designation Of Origin	Hungría	6,10 €
Riesling Trocken 2016 Dr. Fischer	Alemania	11,90 €
V De Valenzuela 2016 Barranco Oscuro	España	23,00 €
Pedro Ximenez Hidalgo Emilio Vino Dolce Spagnolo Jerez Sherry DO	España	25,90 €
Tres Uves 2016 Barranco Oscuro	España	29,00 €
Madeira Malmsey Henriques & Henriques Vino Dolce Portoghese Madeira DO	Portugal	16,20 €
Bourgogne Aligoté 2018 Pierre Morey	Francia	16,80 €

Fuente: Sangishom.com/it

Gallienoteca.it, una enoteca y tienda online de bebidas alcohólicas cuenta en su web con un apartado para vinos naturales extranjeros. En este apartado se pueden encontrar vinos procedentes de Francia, Alemania, Eslovenia y España.

Por último, la página web Tannico.it y Le Cantine di Secondo, dos de las principales páginas de venta de vinos en Italia incluyen entre su catálogo de vinos ecológicos tintos, blancos y espumosos únicamente vinos franceses o vinos franceses y eslovenos, respectivamente.

5. Demanda

5.1. El consumo de productos alimentarios biológicos

El año 2019 ha sido positivo en su conjunto para el sector de los alimentos biológicos, con un crecimiento de un 2% en el volumen de negocios con respecto al 2018. Este crecimiento, sin embargo, ha sido inferior al de años anteriores debido a la estabilización de la demanda.

El resultado positivo del sector resulta aún más positivo al compararlo con el consumo de productos alimentarios convencionales que, según ISTAT, solo ha aumentado un 0,9% anual. Este dato resulta interesante ya que el diferencial de precio entre ambos productos (entre un 25% y un 30% son más caros los productos biológicos) debería haber favorecido los productos convencionales, y aun así han crecido menos que los considerados biológicos.

El crecimiento del consumo de productos biológicos se ha visto favorecido por un número más elevado de familias que compran productos alimentarios biológicos y que han incrementado la frecuencia de compra, así como por una mayor disponibilidad de referencias biológicas, sobre todo en la distribución organizada. Actualmente un 3,7% de los productos alimentarios que se consumen en Italia son biológicos según Nielsen. Se confirma también el aumento de locales y restaurantes que utilizan productos alimentarios como aceites, vinos, quesos y, en algunos casos carne y pasta, y que se dirigen a un tipo de cliente más exigente y cada vez más numeroso. La tasa de penetración es limitada todavía, pero se espera que obtenga buenas tasas de crecimiento en un futuro próximo.

Los hechos determinantes que han llevado a una evolución positiva del sector son:

- a) Una distribución de productos biológicos en crecimiento: las cadenas de distribución especializadas se están consolidando y en la gran distribución organizada se han incrementado las referencias biológicas. Esto ha permitido que los consumidores puedan encontrar y comprar productos bio más fácilmente. Además, muchas empresas han introducido el canal digital.
- b) Una oferta de productos alimentarios biológicos en continua evolución tanto en la calidad como en la cantidad. Muchas empresas invierten en investigación y desarrollo con el objetivo de ofrecer referencias nuevas y mejores en términos de variedad para satisfacer a un cliente cada vez más exigente.
- c) Cada vez más consumidores se acercan al segmento biológico dado el incremento de las intolerancias alimentarias. Además, estos productos son aconsejados por médicos y pediatras para mantener una alimentación equilibrada. Por último, los productos biológicos se reconocen como más buenos y sabrosos.

5.1.1. Segmentación por productos

Del análisis de la evolución de la demanda en el mercado interno los productos pertenecientes al segmento de “procesados” cuenta con un mayor peso (58,4%), frente a los productos considerados “frescos” (41,6%). En valores absolutos, los productos denominados procesados alcanzaron un valor de 1,072,2 millones de euros, y los frescos 763,8 millones de euros.

Productos procesados

La pasta, el arroz, el pan, la harina, los cereales y las bebidas vegetales forman la categoría de productos más importante. Esta ha registrado una caída de un 0,9% frente al 2018 debido al estancamiento del desarrollo de pasta y bebidas vegetales.

Las conservas de fruta y verdura, la miel, la fruta seca, las legumbres y los zumos de fruta han incrementado un 1,6% su consumo desde el año 2018. Este crecimiento se debe sobre todo al consumo de las conservas de verduras, la fruta seca y los zumos.

Los productos que envuelven al vino, el aceite, los platos preparados y el café también han crecido un 1,8%, con una aportación especial del aceite de oliva con origen italiano, el aceite de semillas y el vinagre.

Las galletas, los productos de panadería, los cereales preparados y el chocolate crecen un 1,5% gracias al mayor surtido ofrecido. Aumentan sobre todo los cereales para bebés; las galletas, por su parte, se estabilizan.

TABLA 6: CONSUMO DE PRODUCTOS BIOLÓGICOS PROCESADOS, VARIACIÓN INTERANUAL Y CUOTA 2019

Consumo en millones de euros, cuota y variación porcentual

	2017	2018	2019	Var % 18/19	Cuota 2019
Pasta, arroz, pan, harina, cereales, bebidas vegetales	296,8	299,5	296,7	-0,9	16,2
Conservas de fruta y verdura, miel, fruta seca, legumbres, zumos de frutas	267,6	286,4	291,1	1,6	15,8
Vino, aceite, platos preparados, café	250,5	258,1	262,7	1,8	14,3

Galletas, panadería, cereales preparados, chocolate	213,3	218,5	221,7	1,5	12,1
Total	1.028,20	1.062,50	1.072	0,9	58,4

Fuente: Cerved

Productos frescos

Aunque los productos frescos llevan mucho tiempo instaurados en el comercio al por menor no especializado, siguen registrando importantes tasas de crecimiento gracias al incremento de referencias a la venta.

Los productos hortofrutícolas crecieron anualmente un 4,2%. Se trata de un segmento muy diversificado. Entre las verduras, los productos más comercializados son las ensaladas mixtas y las zanahorias, mientras que entre la fruta los limones y los plátanos son los líderes.

En el segmento de carne, embutidos, huevos y proteínas vegetales se ha dado un incremento de un 5,9%. Este crecimiento se debe sobre todo a las categorías de carnes y embutidos y huevos. En el segmento de carne y embutidos crecen, en particular, las ventas de los productos con pollo y pavo como las hamburguesas y los filetes empanados y la bresaola. Las proteínas vegetales, por su parte, se han visto reducidas en un 5,7% debido al incremento en la compra de productos tradicionales.

A excepción de la proteína vegetal y del yogurt (-1,1%), la venta de productos frescos ha aumentado en el comercio no especializado, mientras que en el especializado se reducen todas las categorías de productos con la excepción de la carne y los embutidos que aumentan un 1,5%.

En los huevos la procedencia biológica fue visibilizada gracias a la gran distribución como un instrumento diferenciador de la oferta, lo que los ha llevado a ser un producto referencia al conseguir una cuota superior en el segmento biológico que el convencional.

TABLA 7: EVOLUCIÓN DEL MERCADO INTERNO EN VALOR: CARNE, EMBUTIDOS, HUEVOS Y PROTEÍNA VEGETAL

Datos en millones de euros

	2017	2018	2019	Var % 18/19	Cuota 2019
Huevos	107,5	125,0	136,8	9,4	52,7
Proteína vegetal	78,3	67,7	64,0	-5,5	24,7

Carne y embutidos	44,7	52,4	58,7	12,0	22,6
Total	230,5	245,1	259,5	5,9	100

Fuente: Cerved

Productos lácteos

Los productos lácteos han presentado una tasa de crecimiento inferior a la del sector. La leche, considerada un producto *commodity*, y la consideración como biológico es un plus, aunque no muchas empresas se atreven a comercializarlo por motivos de costes y precio. En los últimos años, la producción de leche fresca pasteurizada, que ofrece una caducidad a más largo plazo que anteriormente, ha resuelto algunos de los problemas de distribución y rotación que limitaban la comercialización.

El yogur (tanto lácteo como vegetal) es un producto en el que la consideración de biológico resulta positiva gracias a la difusión que han dado los operadores históricos en el canal de la gran distribución organizada. Aquí, los yogures a case de fruta, con un crecimiento estable, es la variante más difundida, seguida del yogur blanco (que crece), de sabores (que crece) y del yogur entero (estable). El resto de las tipologías se encuentran en una etapa negativa.

Los quesos registraron un incremento en sus ventas en el año 2019. En el segmento de la gran distribución se encuentra una oferta muy limitada y son los productos frescos como la mozzarella, la crescenza y la ricota los más comercializados junto con el grana. En el comercio especializado hay una gama en crecimiento con un espacio amplio especialmente para aquellos procedentes de operadores locales. Sin embargo, la aportación negativa del comercio especializado ha afectado a todas las categorías de producto.

TABLA 8: EVOLUCIÓN DEL MERCADO INTERNO EN VALOR: PRODUCTOS LÁCTEOS

Datos en millones de euros

	2017	2018	2019	Var % 18/19	Cuota 2019
Queso, mantequilla y nata	80,9	80,5	81,3	1,0	34,9
Leche	69,0	75,9	77,6	2,2	33,3
Yogur y postres	70,9	75,0	73,9	-1,5	31,8
Total	220,8	231,4	232,8	0,6	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del estudio Cerved

5.2. El consumo de vinos biológicos en Italia

Según datos de Infoscan Celsius, el consumo de vino biológico ha crecido. De hecho, durante el año 2019, se experimentó un incremento interanual del 18% con un total de 4,94 millones de litros comercializados nacionalmente. Se trata de un mercado que desde el año 2007 ha conseguido un crecimiento de un 234% según datos de WSSR Drinks Market Analysis²¹.

Durante los últimos años, la viticultura biológica en Italia se ha triplicado. Hoy en día los terrenos dedicados a viñedo ecológico representan el 12% de la superficie, y las superficies “al natural” se ha doblado en los últimos cinco años gracias a las regiones de Sicilia, Apulia y Toscana que ocupan caso dos tercios del total del país.

El vino biológico ha dejado de considerarse una tendencia de las regiones del norte²²; sea puramente por moda o por una mayor consciencia por parte de los consumidores, el consumo también se está viendo incrementado nacionalmente. De hecho, el 38% de los italianos considera que la tendencia de consumo se inclina cada vez más hacia lo biológico.

Un estudio reciente realizado por Nomisma indica que los italianos han pasado de un volumen de compras en supermercados y gran distribución de 7,2 millones de euros en 2014 a 32,3 millones de euros en 2018. Además, la elección de vino biológico se está asentando cada vez más: un 41% de los italianos entre los 18 y los 65 años han consumido, al menos una vez, un vino considerado biológico. Este dato pone de relieve la evolución del mercado, teniendo en cuenta que en 2013 solo un 2% de los ciudadanos lo habían consumido.

El vino biológico conforma una categoría de producto en crecimiento desde hace tiempo, pero su peso en el carrito biológico de los consumidores italianos se mantiene estable en el 2%.

Durante el periodo del cierre del país por la crisis sanitaria esta tendencia positiva parece haberse ralentizado respecto al año anterior, aunque el fenómeno de las ventas de vino biológico a través de establecimientos especializados on-line puede llegar a distorsionar la evaluación general. Este nuevo rumbo puede encontrar su explicación en la cantidad de producto que normalmente se distribuye en bares y restaurantes, es decir, un consumo fuera del hogar.

5.2.1. Segmentación por tipo de vino

Con respecto a las tipologías de vino, el vino tinto es la tipología bio preferida por los consumidores italianos. En 2019 supuso el 57% de las ventas de vino biológico en gran distribución, un 12,8% más que en 2018. El blanco, por su parte, crece de manera más significativa hasta un 151%. Este

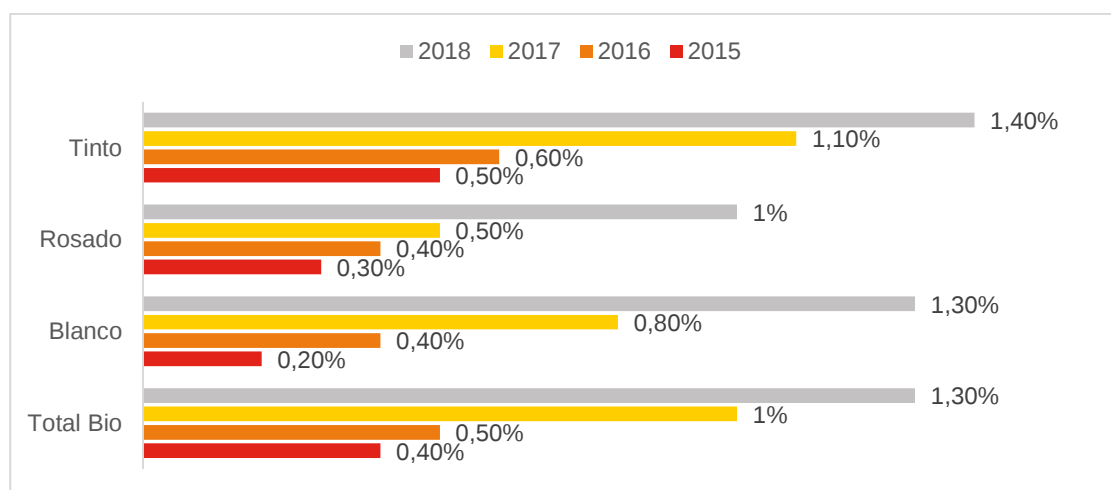
²¹ Mercato del vino biológico e sostenibile: i consumi sono in crescita. Consultado en: <https://www.altarimini.it/News127183-mercato-del-vino-biologico-e-sostenibile-i-consumi-sono-in-crescita.php>

²² ENOITALIA – consultado en: <https://www.enoitalia.it/vino-biologico/>

éxito encuentra su justificación por el aprecio de los consumidores hacia el vino biológico gracias a valores como el respeto al medio ambiente, la salubridad y la autenticidad.

De manera pormenorizada, la cuota de consumo de vino biológico sobre el total del consumo de vino creció de un 0,4% en 2015 a un 1,30% en 2018. En este sentido, el segmento que más ha crecido ha sido el del vino blanco, con un incremento de un 1,1% en el mismo periodo en términos de valor.

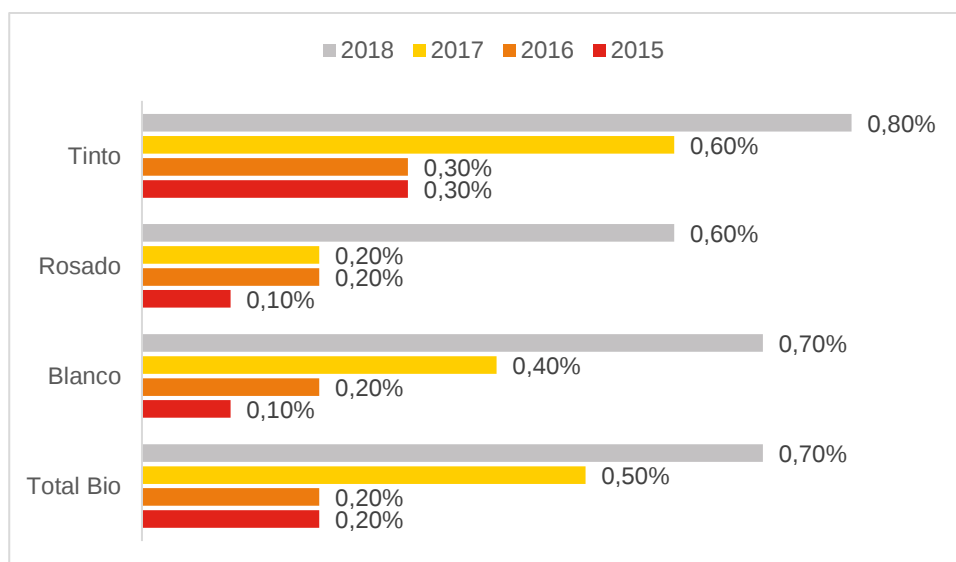
GRÁFICO 16: CUOTA DE CONSUMO DE VINO BIOLOGICO SOBRE EL TOTAL DEL VINO
Valor



Fuente: Il Corriere Vinicolo

En términos de volumen, el vino blanco también ha sido el que ha experimentado el crecimiento en su cuota más significativo, con un 0,6% desde el 2015 hasta el 2018.

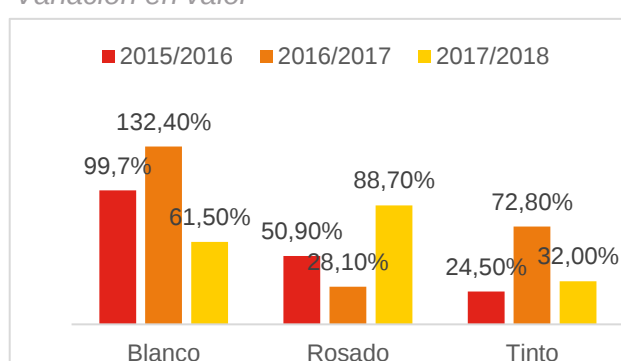
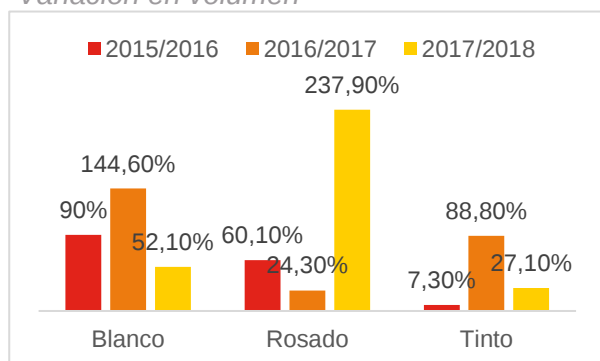
GRÁFICO 17: CUOTA DE CONSUMO DE VINO BIOLÓGICO SOBRE EL TOTAL DEL VINO
Volumen



Fuente: Il Corriere Vinicolo

En términos de consumo por tipos de vinos, las variaciones interanuales han sido también muy notables, tanto en valor como de volumen, destacando el crecimiento en el volumen de un 144,60% en el tramo 2016/2017 para el vino blanco y de un 237,90% en el periodo 2017/2018 para el rosado. Si se habla de valor, el blanco es el que experimentó un incremento más fuerte, un 132,40%, en el periodo 2016/2017

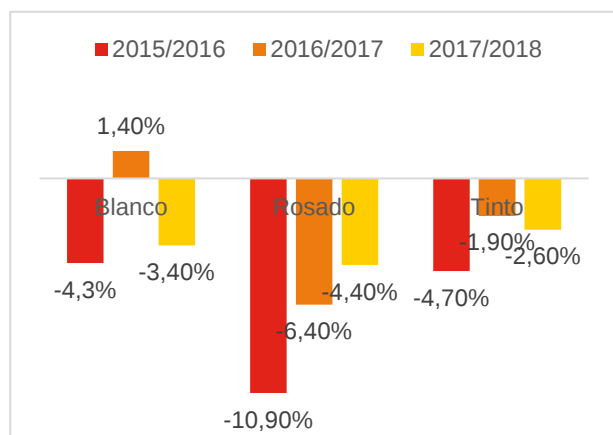
GRÁFICO 18: VARIACIÓN INTERANUAL DEL CONSUMO DE VINOS BIOLÓGICOS POR TIPOS
Variación en volumen *Variación en valor*



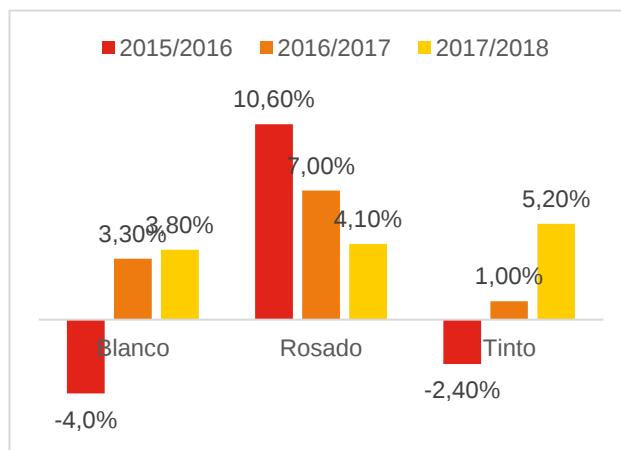
Fuente: Il Corriere Vinicolo

GRÁFICO 19: VARIACIÓN INTERANUAL DEL CONSUMO DE VINOS CONVENCIONALES POR TIPOS

Variación en volumen



Variación en valor



Fuente: Il Corriere Vinicolo

Tipo de consumidores

Uno de cada cuatro italianos ya consume de manera habitual vinos biológicos. Este sector está viviendo una evolución cada vez más a tendencia y menos de nicho. Según un estudio realizado por la cadena de establecimientos vinícolas Signorvino, con 16 puntos de venta en Italia, se ha dado un incremento del 25% en el número de clientes que piden información específica sobre vinos biológicos. El 75% restante que entra en sus establecimientos, se deja “convencer” para pedir un vino ecológico solo si es recomendado por el personal, algo que parece ser cada vez más decisivo en la decisión de compra.

El rango de edad de los clientes que buscan y compran vinos biológicos va desde los 30 hasta los 45 años en el segmento femenino y de los 35 a los 55 años en el masculino. También existen diferencias en la fase de la elección del producto: las mujeres, normalmente, limitan la decisión al precio, el 20% de las cuales continúan siendo escépticas hacia el producto orgánico. El 30% de ellas, sin embargo, suele decidir en función de las características técnicas del producto, buscando porcentajes bajos en residuos y sulfitos; y hasta un 50% de ellos se guía también por la “moda” del momento. Los hombres, por su parte, no buscan etiquetas específicas, aunque a veces buscan los grandes productores de vino orgánico.

6. Precios

6.1. Precios de los productos alimentarios biológicos

Los precios de los productos alimentarios biológicos están condicionados por la presencia de dinámicas fuertemente diferenciadas entre categorías de productos. Los operadores saben que la presencia de una demanda de productos superior al incremento de la oferta de materias primas ha generado una escasez de estas últimas, por lo que también se ha incrementado su precio. En los primeros nueve meses del año 2019 se ha registrado una caída de las cotizaciones de las principales materias primas respecto al mismo periodo del año anterior. Los cereales cayeron un 11,7%, los aceites vegetales refinados un 3,4% y los aceites vegetales puros un 8,3%. Por otra parte, la cotización de las harinas ha crecido un 2,6%.

El crecimiento medio del precio de los productos finales considerados biológicos ha sido de un 2,8% desde el 2015 al 2019, frente a un incremento de un 0,6% de los precios medios de la industria alimentaria total.

TABLA 9: COSTES DE PRODUCCIÓN DE LA AGRICULTURA BIOLÓGICA Y VARIACIÓN INTERANUAL

Costes en millones de euros, variación en porcentaje

Costes de los productos de agricultura biológica	2016	2017	2018	2019	Var. 19/18	Var. % 19/15
Cereales	99,6	102	97,6	87,6	-11,7	-3,3
Aceites vegetales puros	101,7	101,3	85,5	80,1	-8,3	-5,4
Aceites vegetales refinados	99,9	101,2	88,7	86,5	-3,4	-3,6
Harinas	96,2	99,2	89,2	92,4	2,6	-2
Energía eléctrica	94,5	98,3	107,6	106,1	-1,4	-1,5
Costes de transporte	98,6	102	104,8	105,7	0,9	-1,4

Costes laborales	99,3	100,6	101,9	104	2,1	-1
-------------------------	------	-------	-------	-----	-----	----

TABLA 10: VARIACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS BIOLÓGICOS COMPARADOS CON PRODUCTOS TRADICIONALES

Año base 2015

Precios	2016	2017	2018	2019	Var.% 19/18	Var.% 19/15
Precios de productos terminados biológicos	103,5	106,4	109,2	111,8	2,4	2,8
Precios de la industria alimentaria total	99,4	101,6	101,8	102,4	0,6	0,6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del estudio Cerved

La evolución del carrito de la compra biológica se presenta equilibrado entre precios en aumento, tarifas en descenso y cotizaciones que se mantienen estables.

Entre los productos de hortaliza que han aumentado cabe destacar el ajo blanco, las acelgas, la coliflor, el brócoli y el repollo blanco.

Se incrementan levemente los costes de las cebollas rosas, la lechuga, las berenjenas, las patatas en todas sus variedades, los pimientos y los tomates cherry. También se registran precios al alza para la col lombarda, el apio y la calabaza.

Entre las hortalizas que sufren una disminución del precio están las alcachofas, las cebollas blancas y las doradas, las judías verdes a granel, el hinojo, los distintos tipos de lechugas. También ven reducido su precio los tomates de pera, las espinacas y los calabacines.

En cuanto a las frutas, los precios se mantienen generalmente estables y entre los productos que registran incrementos de precios están solo los limones y los kiwis. Disminuyen sin embargo los precios de las manzanas Golden y las Royal Gala.

Para el resto de las categorías de productos se han registrado incrementos para la mantequilla y el queso *stracchino*, mientras que el queso ricota sufre una bajada. En el segmento de la carne fresca la carne de pavo ha experimentado un leve incremento de precio, así como el jamón cocido y el

aceite de oliva virgen extra. Disminuye sin embargo el precio del huevo pasteurizado y del pan común.

En cuanto a la diferencia de precio entre productos biológicos y convencionales se han registrado también incrementos.

TABLA 11: STORE CHECK DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS BIOLÓGICOS EN LOS PRINCIPALES SUPERMERCADOS

Categorías: Productos hortofrutícolas frescos, verduras congeladas, lácteos, huevos, carnes, pasta y pan, conservas, legumbres y cereales y condimentos

Producto	Envase	Unidad de medida	Precio medio	Variación con respecto a productos convencionales
Alcachofas	En caja	Kg	0,45 €	29,50%
Cebollas doradas	En caja	Kg	1,03 €	42,07%
Lechuga	En caja	Kg	1,67 €	52,91%
Berenjena	En caja	Kg	1,60 €	37,39%
Patatas	En caja	Kg	0,86 €	31,14%
Tomate dátil	En caja	Kg	2,16 €	40,81%
Espinacas	En caja	Kg	1,60 €	23,80%
Calabaza	En caja	Kg	1,21 €	46,46%
Calabacín	En caja	Kg	1,94 €	38,29%
Piña	En cartón	Kg	1,85 €	43,23%
Plátano	En cartón	Kg	1,77 €	54,18%
Kiwi	En caja	Kg	1,94 €	44,18%
Manzana Golden	En caja	Kg	1,46 €	34,31%
Manzana Royal Gala	En caja	Kg	1,62 €	47,51%
Pera Conferencia	En caja	Kg	1,77 €	28,73%
Menestra de 12 verduras	Bolsa	Kg	1,56 €	38,54%
Espinacas	Bolsa	Kg	1,50 €	45,44%
Calabacín	Bolsa	Kg	1,54 €	36,38%
Mantequilla	Papel	Kg	3,73 €	35,05%
Leche entera UHT	Tetrabrik	L	0,96 €	33,56%
Mozzarella	Bolsa	Kg	7,08 €	47,46%
Yogur entero	Vasito 125gr	Kg	4,77 €	13,49%
Huevos Cat A	Cartón	Pc	0,15 €	34,50%
Chuleta de cerdo	Vacío	Kg	7,07 €	39,66%
Chuleta de bovino adulto	Vacío	Kg	9,22 €	41,59%
Lomo de cerdo	Vacío	Kg	7,66 €	41,42%

Carne picada de bovino adulto	Vacío	Kg	9,16 €	29,77%
Sobre muslo de pollo	Vacío	Kg	6,30 €	27,88%
Cous cous	Bolsa	Kg	1,72 €	17,50%
Pan común	Suelto	Kg	1,75 €	15,87%
Espaguetis de grano duro	Cartón	Kg	1,30 €	58,54%
Tomate triturado	Vidrio	Kg	0,99 €	49,61%
Mermelada de naranja	Vidrio	Kg	6,57 €	44,87%
Garbanzos	Bolsa	Kg	1,58 €	25,24%
Lentejas	Bolsa	Kg	1,74 €	63,38%
Arroz	Bolsa	Kg	1,60 €	36,76%
Aceite de oliva	Vidrio	L	5,84 €	34,14%

Fuente: Elaboración propia a partir la publicación de octubre de 2020 de la revista Ristorando (págs. 65 y 66)

6.2. Precios y márgenes del vino biológico

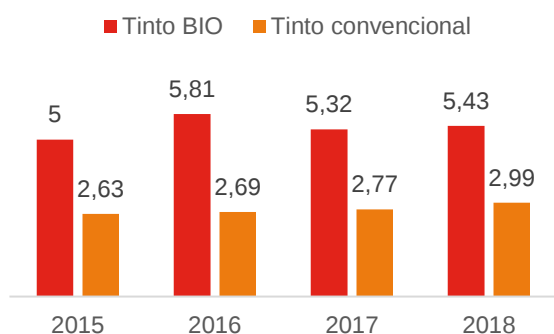
El viñedo biológico tiene un rendimiento asociado menor que el considerado como “convencional” llegando a generar entre un 10% y un 11% menos de ingresos. Aunque los gastos en los que se incurre en materia de fertilización y protección fitosanitaria son más bajos en el caso del cultivo biológico, hay otros tipos de gastos como los de energía, seguros y el suministro de otros medios técnicos que hacen que los gastos variables del viñedo biológico sean comparables a aquellos alcanzados por el cultivo convencional. El resultado es un beneficio económico, medido como el margen bruto por hectárea, de la producción de uvas biológicas un 13% más bajo que en el cultivo tradicional de uva.²³

Haciendo una comparativa de los precios medios de los principales tipos de vinos comercializados tanto en su versión biológica como en la tradicional, se puede comprobar la brecha entre ambos productos:

²³ Piace ai consumatori, è boom per il vino biologico. Cambia La Terra. Consultado en: <https://www.cambialaterra.it/2019/01/boom-per-il-vino-biologico/> 29/01/2020

GRÁFICO 20: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DEL VINO TINTO BIOLÓGICO Y CONVENCIONAL

Datos en euros



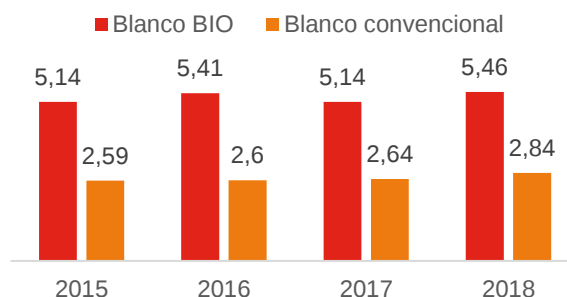
El precio medio del vino tinto ha mantenido una brecha estable. Tras el pico que tuvo lugar en el año 2016, se puede ver cómo, de manera ligera y sostenida, la brecha se ha ido reduciendo con el paso del tiempo.

Fuente: Il Corriere Vinicolo

GRÁFICO 21: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DEL VINO BLANCO BIOLÓGICO Y CONVENCIONAL

Datos en euros

Con respecto a la evolución de la diferencia de precios medios en el segmento de los vinos blancos biológicos y tradicionales, la brecha se ha mantenido bastante estable en los últimos años. Las fluctuaciones de ambos tipos de productos han sido bastante paralelas. En este tipo de vino también se puede comprobar el pico experimentado por los vinos biológicos en el año 2016.

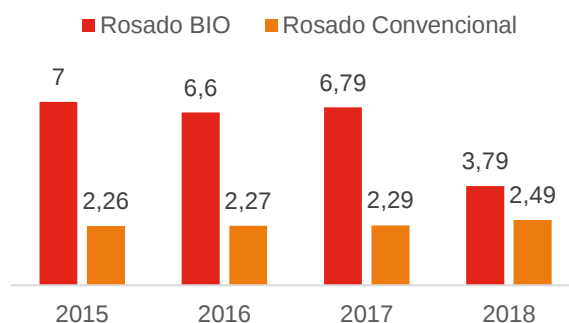


Fuente: Il Corriere Vinicolo

GRÁFICA 22: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DEL VINO BLANCO BIOLÓGICO Y CONVENCIONAL

Datos en euros

Los vinos rosados, por su parte, son el segmento en el que la brecha de precios es más alta, aunque también es el único de ellos que ha experimentado un decrecimiento de esta diferencia. Esta tendencia a igualarse basa su explicación sobre todo en el incremento de los precios de los vinos no biológicos y en una caída de los precios medios del biológico en el 2018.



Fuente: Il Corriere Vinicolo

7. Percepción del producto español

Percepción de los productos alimentarios biológicos

Los medios de comunicación digitales especializados en el sector de la alimentación han publicado en numerosas ocasiones noticias y artículos acerca del mercado español, su producción, su potencial como mercado y su evolución en los últimos años.

España es el mayor productor de productos alimentarios biológicos de Europa y este es un dato que no pasa por alto en los medios italianos. La evolución y crecimiento de las hectáreas de cultivo dedicadas a este sector son noticias publicadas anualmente como se puede ver en el portal *Suolo e Salute*²⁴ en el que también se habla del potencial de España como mercado para los productos biológicos y el impulso que la feria Organic Food Iberia supuso para el propio sector.

Se comparan también en otras publicaciones el incremento de las hectáreas dedicadas a estos cultivos entre ambos países, así como el total de facturación, en el que Italia supera a España.²⁵

La fruta y la verdura fresca son los productos considerados líderes, y así se muestra también en la valoración del medio *Euronews*²⁶ del sector español durante los meses de la primera ola de la crisis sanitaria de la COVID-19, en el que han crecido un 3,6% entre los meses de febrero y marzo de 2020. Se habla también del incremento del 12% del consumo de productos biológicos en los meses de marzo y abril con respecto a los mismos meses de 2019.

Dentro del marco de la crisis sanitaria, también se ha hablado del duro golpe que ha sufrido la hostelería dados los cierres de bares y restaurantes.

Los productos alimentarios españoles se encuentran, sobre todo, en pequeños comercios minoristas especializados.

Percepción de los vinos biológicos

Hasta el 2016 Italia fue el principal productor de vino biológico en el mundo, pero a partir de ese año tomó el relevo España. Es por ello por lo que el sector del vino en general, y del segmento

²⁴ La Spagna investe sul biológico – Suolo e Salute. Consultado en: <https://www.suoloesalute.it/la-spagna-investe-sul-biologico/> del 06/12/2018.

²⁵ Corrono in Spagna gli investimenti sul bio, ma l'Italia fattura più del doppio – Fresh Point Magazine. Consultado en: https://www.freshpointmagazine.it/featured/corrono-spagna-bio-italia-fattura-doppio/?utm_term=350511+-+https%3A%2F%2Fwww.freshpointmagazine.it%2Ffeatured%2Fcorrono-spagna-bio-italia-fattura-doppio%2F&utm_campaign=Campagne+B-NBM+Fresh+Point+Magazine+-+Fresh+Point+Magazine+newsletter+20181205&utm_medium=email&utm_source=MagNews&utm_content=73100+-+35101+%282018-12-05%29 del 29/11/2018

²⁶ Il Covid-19 potrebbe dare un'inattesa spinta al settore bio spagnolo – Euronews. Consultado en: <https://it.euronews.com/2020/09/18/il-covid-19-potrebbe-dare-un-inattesa-spinta-al-settore-bio-spagnolo> del 21/09/2020

biológico en particular, sea también muy seguido por los medios de comunicación de manera continuada.

En el portal *Euronews*²⁷, en una publicación del pasado 15 de octubre, habla del liderazgo de España en número de hectáreas certificadas, empresas vinícolas y su tendencia a la exportación que actualmente se encuentra algo por encima del 50%.

Se habla de Castilla la Mancha como una de las regiones líderes tanto en cantidad como en calidad de vino producido con un 9% del total de la superficie y 193 empresas dedicadas. En cuestiones de denominaciones de origen, destacan el Rueda, Ribera del Duero y Valdeorras.

Además, relaciona ese consumo de vino biológico como una “vuelta a la naturaleza” para comprender las señales de la tierra y aprender a respetar los ciclos y señala todos estos factores con la filosofía de los productores españoles.

Para encontrar vinos biológicos españoles basta con hacer una rápida búsqueda en el motor de búsqueda Google para llegar a numerosos resultados.

icex

²⁷ Spagna, il paese dei vini biologici – Euronews. Consultado en: <https://it.euronews.com/2020/10/15/spagna-il-paese-dei-vini-biologici>

8. Canales de distribución

En torno a dos tercios de las ventas de productos biológicos se llevan a cabo a través del comercio al por menor no especializado. El comercio especializado tiene también una cuota relevante, pero en disminución en el 2019, y cuenta con 1.300 establecimientos y supermercados especializados, 4.300 herboristerías y unas 1000 farmacias que venden este tipo de productos.

Los comedores escolares conforman el canal mejor, con una cuota que se ha mantenido estable en los últimos años gracias a la utilización de productos biológicos a bajo coste con el objetivo de contener el gasto de las instituciones.

La facturación sectorial a precios finales en 2019 ha alcanzado para el comercio al por menor no especializado 1.575 millones de euros, para el especializado 985 millones de euros y para los comedores escolares 490 millones de euros.

TABLA 12: CUOTA DE FACTURACIÓN POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Datos porcentuales

	2017	2018	2019
Comercio minorista no especializado	58,3%	62,7%	64,4%
Comercio minorista especializado	33,2%	28,8%	27,1%
Comedores escolares	8,5%	8,5%	8,5%

Fuente: Cerved-Databank

8.1. Descripción de los principales canales de distribución

Comercio al por menor no especializado

Según la Federación Nacional de Distribución Moderna, Federdistribuzione, en Italia hay 253.078 puntos de venta al por menor (hasta el 31 de diciembre de 2018), entre los que también se incluyen los negocios especializados en el biológico. Por lo tanto, se puede estimar que unos 251.700 de estos puntos son considerados como “no especializados”.

De acuerdo con los datos de Federdistribuzione, 25.954 de estos puntos de venta están considerados como “distribución moderna” de entre los cuales 9.102 son hipermercados y supermercados y 5.207 tiendas de descuentos.

Se ha obtenido un crecimiento del 4,7% anual de este sector debido a una mayor disponibilidad y variedad de referencias. El incremento del valor del canal no especializado, sin embargo, es aún más baja respecto al incremento del número de operadores que han comenzado su actividad, además, los resultados de las empresas en este canal continúan siendo muy heterogéneos. Con respecto a otros canales, el comercio al por menor no especializado ofrece al consumidor la posibilidad de comprar en un mismo punto de venta productos biológicos y convencionales y, además, los precios de los productos bio son considerados más convenientes.

Casi todas las cadenas de la gran distribución poseen una marca dedicada a la alimentación biológica. Las referencias de productos han pasado de unas 4.300 en 2019 a 4.900 en 2019, gracias al potenciamiento de las gamas de productos existentes. Además, estas cadenas han invertido en el desarrollo de sus propias marcas biológicas y los operadores convencionales han apostado por la introducción de líneas de productos biológicos.

En este segmento, cabe destacar el rol de la oferta de productos biológicos gracias al impulso de las marcas comerciales, que representaron en 2019 un 41,5% del total de las ventas del sector y que han crecido un 10% con respecto a 2018.

Comercio al por menor especializado

Dentro del segmento especializado se contabilizaron unos 1.300 establecimientos y supermercados biológicos, una reducción de entre el 3% y el 4% respecto al año anterior, unas 4.300 herboristerías y 19.331 farmacias.

Entre los puntos de venta alimentarios, la principal cadena de distribución especializada es NaturaSì, que cuenta con 290 establecimientos en el territorio italiano (dato de 2020), mediante gestión directa y franquicia. Las farmacias que venden los productos biológicos se encuentran en torno al millar.

En 2019, este canal registro una reducción de sus ventas, aunque de una manera más atenuada que años precedentes (4,1% sobre el 2018, 9,9% sobre el 2017) por la creciente influencia de la gran distribución. NaturaSì ha incrementado el número de puntos de venta en 30 en un año, gracias a la compra de 18 puntos de venta de la cadena Piacere Terra.

La facturación de las farmacias también se ha visto reducida pese al incremento de la oferta de productos biológicos para las intolerancias alimenticias. Las herboristerías mantienen sus ventas de productos biológicos elevadas, sobre todo en los sitios en los que no existen otros puntos de venta especializados. La apertura de nuevos puntos de venta especializados lleva a las herboristerías localizadas en su entorno a reducir el surtido de productos biológicos, en especial los

productos frescos, y a concentrar sus ventas de alimentación en productos no perecederos y de alta rotación.

Catering escolares

La facturación de este segmento se ha visto incrementada en un 3% gracias a la mayor sensibilidad de las familias con respecto a los productos considerados más saludables. En torno al 20% de los comedores escolares utilizan más del 70% de sus materias primas biológicas, y están concentradas en el norte de Italia. el crecimiento en valor más contenido en los catering se debe al hecho de que son utilizados sobre todo productos biológicos de bajo coste debido a las políticas de contención del gasto en algunos entes locales.

8.2. La distribución por tipología de producto

En el comercio minorista no especializado, tanto los productos frescos como los procesados mantuvieron tasas de crecimiento positivas en 2019 de 6,4% y 3,4% de manera respectiva. En el especializado, por otra parte, la competencia creciente de la gran distribución ha influido fuertemente en los resultados de los productos procesados, que cayeron un 4,2%, mientras que los frescos cayeron un 3,7%. El canal de los comedores escolares cuenta con un desempeño mejor de los productos procesados, gracias a un precio medio más contenido con respecto a los productos frescos incluso teniendo estos últimos un peso mayor.

Teniendo en cuenta el reparto entre las distintas familias de productos se puede ver como en el segmento de comercio detallista no especializado destacan las categorías de carne, embutidos, huevos (producto biológico más vendido de la gran distribución) y productos lácteos. Mientras en la categoría de productos procesados son las conservas los productos líderes con RIGONI DI ASIAGO como principal productor.

TABLA 13: REPARTO DE LAS VENTAS DE SEGMENTOS DE PRODUCTOS POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN
Datos 2019 (%)

	Comercio al por menor no especializado	Comercio al por menor especializado	Comedores escolares	Total
Carne, embutidos, huevos, proteína vegetal	76,7	18,9	4,4	100
Lacteos	65,9	25,4	8,7	100
Frutas y verduras	55,6	18,8	25,6	100
Productos frescos	65,9	20,8	13,3	100
Galletas y productos de panadería, cereales preparados, chocolate	66,3	32	1,7	100
Conservas de fruta y verdura, miel, fruta seca, legumbres, zumos de fruta	77,8	20,4	1,8	100
Pasta, arroz, pan harina, cereales, bebidas vegetales	51,2	39,6	9,2	100
Vino, aceite, platos preparados, café	58,2	34,3	7,5	100
Productos procesados	63,3	31,5	5,2	100

Fuente: Cerved-Databank

Si se estudian las ventas repartidas por canales de distribución, se ve como en el canal especializado el segmento de “pasta, arroz, pan, harina, etc.” toma una posición relevante. En el comercio no especializado, sin embargo, el segmento principal es el de las conservas y la categoría de “carne, embutidos, huevos y proteínas vegetales”. En los comedores escolares, casi la mitad del consumo se concentra en las frutas y verduras.

TABLA 14: REPARTO DE LAS VENTAS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN POR SEGMENTOS DE PRODUCTOS

Datos 2019 (%)

	Comercio al por menor no especializado	Comercio al por menor especializado	Comedores escolares
Carne, embutidos, huevos, proteína vegetal	16,8	9,8	7,3
Lacteos	13	11,9	12,9
Frutas y verduras	12,8	10,3	44,3
Productos frescos	42,6	32	64,5
Galletas y productos de panadería, cereales preparados, chocolate	12,4	14,3	2,5
Conservas de fruta y verdura, miel, fruta seca, legumbres, zumos de fruta	19,2	12	3,2
Pasta, arroz, pan harina, cereales, bebidas vegetales	12,9	23,6	17,3
Vino, aceite, platos preparados, café	12,9	18,1	12,5
Productos procesados	57,4	68	35,5
Total	100	100	100

Fuente: Cerved-Databank

8.3. El comercio electrónico de productos alimentarios biológicos

En los últimos años se ha dado un auge del comercio electrónico en la alimentación orgánica que ha crecido un 134% desde 2013 a 2017, pasando en estos años de 147 tiendas online a 344. Los restaurantes del segmento orgánico también se incrementaron en un 60%.

En el sector de la alimentación biológica, la digitalización y la adopción de la tecnología asumen un valor estratégico para las principales empresas. Los principales operadores del sector han llevado a cabo las siguientes acciones en este sentido:

- Puesta en marcha de un sitio web atractivo y con un diseño *responsive* para una navegación óptima desde cualquier dispositivo, incluidos móviles y tabletas. Los sitios más innovadores están orientados hacia el *storytelling* para una comunicación eficaz y que involucre los valores y la historia de la marca. Algunos de estos sitios web presentan una sección *blog* en la cual se puede encontrar contenido específico sobre el biológico, consejos y recetas culinarias.

- Presencia en las principales redes sociales como Facebook, Youtube e Instagram, y LinkedIn para una comunicación desde un punto de vista más profesional. En sus páginas web hay opciones para compartir contenido en las redes sociales que redirigen el tráfico hacia la propia web.

Las ventas online a través del propio sitio web no están especialmente difundidas, el grupo ECOR-NATURASI si cuenta con un apartado de compra online de sus propios productos, pero a través del sitio web de todo el grupo NaturaSì. Alce Nero, por su parte, también cuenta con un sitio web propio.

Vinos biológicos

La distribución de vinos biológico desde la web también es un método bastante extendido en todo el país. De hecho, las principales páginas de venta de vinos a nivel nacional son conocidas y valoradas también a nivel internacional como es el caso de Tannico y XtraWine.

Para la compra internacional de vinos biológicos es el canal digital el más usado, tal y como se puede comprobar en los propios establecimientos físicos, en los que solo en aquellos especializados se pueden encontrar productos de otros países.

TABLA 15: SITIOS WEB CON PRODUCTOS ESPAÑOLES

Sitio web	Enlace
Tannico	https://www.tannico.it/vini-spagnoli?wgu=267365_16644_16045055254548_9673902510&wgexpiry=1612281525&utm_campaign=adgoal%20GmbH&utm_source=uk_webgains_affl&utm_medium=Affiliate
XtraWine	https://www.xtrawine.com/en/wines/sparkling-catalunya/218+940
Vinatis	https://www.vinatis.it/vini-spagnoli?utm_source=awin_it&utm_medium=affiliation&utm_campaign=101248&r=awin_it&ids=101248&awc=19252_1604505797_b85583e29a141455b9dc964c2510ffb_a#p1&n15&t7&f[]1[]186:f[]27[]11425:f[]27[]12582:f[]27[]26006:s[]112[]5

8.4. La influencia de la COVID-19 en la distribución de productos biológicos

En el contexto de crisis mundial como consecuencia del virus COVID-19, el sector de la alimentación biológico ha sido capaz de mantener su tendencia positiva en la gran distribución, que hasta el momento es el canal más utilizado para la compra de productos alimentarios. En el segmento especializado la cadena líder NaturaSì está respondiendo positivamente a la situación de



emergencia, mientras que el canal especializado se ha ralentizado a causa de algunas dinámicas del sector. Los comedores escolares se han visto resentidos sobre todo por el cierre de los colegios.

El canal de venta online ha pasado a ser el preferido por muchos consumidores para evitar entrar en lugares cerrados como los supermercados. Aun así, muchos operadores se han visto poco preparados en la gestión de una gran cantidad de pedidos y por la posibilidad de compra via online se ha visto limitada por los largos tiempos de espera.

Las principales empresas del sector biológico están asegurando el suministro, con algunas dificultades derivadas de la reorganización de la producción y distribución en tiempos más cortos. La presencia en establecimientos debe tener en cuenta las medidas de seguridad y los turnos de trabajo, con posibles reducciones de la producción. Mientras, la actividad que no es estrictamente productiva se continua realizando telemáticamente.



9. Acceso al mercado – Barreras

9.1. Normas generales de la producción biológica

Al ser Italia y España países pertenecientes a la Unión Europea, hace que entre ambos países esté establecido el libre comercio de bienes y servicios. El Mercado Único hace que no existan aranceles ni tasas para el comercio entre los países pertenecientes y que las normativas de producción, distribución y comercialización, en este caso para productos alimentarios y vinos biológicos, sean las mismas. Por lo tanto, las principales barreras que se puede encontrar a la hora de comercializar productos biológicos en la Unión Europea es el cumplimiento de la legislación reguladora del mercado.

El **Reglamento (UE) 2018/848 del Parlamento Europeo y del Consejo** del 30 de mayo de 2018 sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos es el encargado de regular la producción del tipo de productos analizados en el presente estudio. Este Reglamento deroga el anterior Reglamento (CE) n.º 834/2007 del Consejo.

De acuerdo con este Reglamento (art. 4), la producción biológica debe perseguir los **objetivos** de contribuir a la protección del medio ambiente y del clima, mantener la fertilidad de los suelos a largo plazo, contribuir a mantener un alto grado de biodiversidad, contribuir a un medio ambiente no tóxico, contribuir a las normas de bienestar animal y responder a las necesidades de comportamiento de las especies de animales, fomentar los circuitos cortos de distribución, el mantenimiento de las razas raras o autóctonas, entre otros.

Algunos de los principales **principios generales** (art. 5) en los que se basa este Reglamento son el respeto de los sistemas y los ciclos naturales y el mantenimiento y mejora del estado del ecosistema y la salud de los seres que lo habitan, así como el mantenimiento del equilibrio entre ellos. Además, defiende la conservación de elementos del paisaje natural, la utilización responsable de la energía y los recursos naturales. Trata de garantizar la integridad en la producción ecológica en todas sus etapas, así como el uso de un diseño y gestión adecuados basados en sistemas ecológicos que utilizan recursos naturales propios del sistema de gestión. Se restringen de esta manera el uso de medios externos y, en caso de que se usen, deberán limitarse a medios procedentes de producción ecológica, sustancias naturales o derivados y fertilizantes minerales de baja solubilidad.

El Reglamento regula también las **normas de producción** (art. 9), entre las cuales se incluyen aquellos productos y sustancias permitidos en la producción biológica, las condiciones para combinar producción biológica y tradicional, los productos y procedimientos no permitidos y las excepciones entre otras normas.

Para los agricultores y resto de operadores se establece también el periodo de conversión (art. 10), que se empezará, como muy pronto, cuando el agricultor o el operador notifiquen su actividad a las autoridades competentes en el Estado miembro en el que se lleve a cabo la actividad. En este artículo se niega el reconocimiento de manera retroactiva ningún periodo como parte del periodo de conversión y se establece que los productos obtenidos en ese periodo no se podrán comercializar como productos ecológicos o productos en conversión.

Otros artículos interesantes sobre la producción de productos concretos son los siguientes:

- **Prohibición del uso de OMG (art. 11):** queda prohibida la utilización de OMG, productos obtenidos a partir de OMG y productos obtenidos mediante OMG tanto para alimentos como para coadyuvantes, fitosanitarios, fertilizantes, acondicionadores del suelo, materiales de reproducción vegetal, microorganismos o animales.
- **Normas de producción vegetal (art. 12):** entre los requisitos generales se encuentra la producción en suelo vivo o suelo vivo mezclado o fertilizado con materias y productos autorizados y relacionados con el subsuelo y la roca madre. Se prohíbe la producción hidropónica y se establecen las normas acerca de los periodos de conversión que se establecen en un mínimo de 2 años (dependiendo el tipo de cultivo). Regula la procedencia de las plantas, así como de los materiales de reproducción, la gestión y la fertilización del suelo, la gestión de plagas y malas hierbas y los productos de limpieza y desinfección. Además, cuenta con apartados específicos para la producción de plantas y productos fitosanitarios específicos y de la recolección de plantas silvestres.
- **Normas de producción animal (art.14):** prohíbe la producción animal sin tierra (con la excepción de la apicultura) y regula la situación de aquellos productores que no gestionen una superficie agrícola o no tengan acuerdos de cooperación con otros agricultores. Dispone también los tiempos y casos de conversión, incluidas las normas de procedencia, de unidades de producción con un mínimo de 6 semanas (dependiendo de cada tipo de animal). Establece las normas de utilización de animales no ecológicos dependiendo del objetivo de su cría, los requisitos de alimentación, pastoreo, atención sanitaria y tratamiento veterinario, alojamiento y bienestar de los animales. Además, incluye normas generales adicionales para las especies bovina, ovina, caprina y equina, animales cérvidos, porcinos, aves de corral, conejos y abejas.
- **Normas de producción de alimentos transformados (art. 16):** estas normas aplican a los aditivos alimentarios, los coadyuvantes tecnológicos y los ingredientes utilizados para la transformación de alimentos que deben cumplir con las buenas prácticas de fabricación establecidas en el Reglamento CE n.º 2023/2006 en su artículo 3. La aplicación de estos procedimientos garantiza que los productos producidos cumplen lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2018/848. Establece la separación entre productos ecológicos transformados, en conversión y no ecológicos en la unidad de preparación. Además, prohíbe la utilización de productos, sustancias o técnicas que reconstituyan propiedades perdidas en la transformación o el almacenamiento de los productos. Proporciona los requisitos detallados para la producción de alimentos transformados, lo que incluye su composición y el uso de productos y sustancias.

Con respecto a la **recogida, envasado, transporte y almacenamiento** (art.23, anexo III) se regula la actuación de los operadores en la recogida de productos ecológicos, en conversión y no ecológicos al mismo tiempo, el envasado y transporte de productos a otros operadores o unidades, el requerimiento o no de cierre de los envases, recipientes o vehículos, la recepción de productos procedentes de un tercer país, el almacenamiento y manipulación de productos y otras normas específicas de transporte para algunos productos.

Otro aspecto importante que regula este Reglamento es el **etiquetado** (cap. 4 art.30). Dentro de este capítulo se incluye la regulación del uso de términos referidos a la producción ecológica, cuando en el etiquetado, la publicidad, o los documentos con finalidad comercial o bien el producto, sus ingredientes o sus materias primas hayan sido producidos de conformidad con el Reglamento; concretamente, los términos como ecológico y biológico y sus abreviaturas “eco” y “bio”. Puntualiza que los productos obtenidos en periodos de conversión no podrán anunciarse ni etiquetarse como “en conversión”.

Dentro del mismo capítulo se regulan también las **indicaciones obligatorias** en etiquetado, publicidad y documentos comerciales (art.32), y el uso del logotipo de producción ecológica de la Unión Europea.

9.2. Normas de producción del vino

Dentro del mismo reglamento se regulan también las normas detalladas de producción del sector vitivinícola (art.18 y anexo II parte VI) en el que, además de las normas generales de producción establecidas se añaden otras específicas a aquellos productos enmarcados en el artículo 1, apartado 2, letra I) del Reglamento (UE) n.º 1308/2013.

Se añaden normas acerca del uso de productos y sustancias, que deben ser producidos a partir de materias primas ecológicas, las prácticas enológicas y sus restricciones, las prohibiciones del uso de ciertas prácticas, procesos y tratamientos enológicos (como la concentración parcial por frío, la eliminación de dióxido de azufre mediante procedimientos físicos, el tratamiento de electrodiálisis, la desalcoholización parcial y el tratamiento con intercambiadores de cationes). También se enumeran las prácticas procesos y tratamientos autorizados como los tratamientos térmicos y la centrifugación y la filtración con o sin coadyuvante de filtración inerte.

Producción biodinámica

La producción de productos alimentarios y vinos biodinámicos se encuentran regidos por la Normativa Internacional para la Certificación y uso de las marcas Demeter, Biodinámica y marcas relacionadas (actualización de julio de 2019). Esta normativa establece los criterios para la certificación de estos productos. Proporciona una base legal y obligatoria y asegura la calidad e integridad de los productos comercializados bajo el nombre de “biodinámicos”.

Todos los productos enmarcados bajo este concepto están producidos y elaborados de acuerdo con esta normativa, y son inspeccionados y certificados por la autoridad responsable en los diferentes países.



Oficina de Certificación Demeter España

Dirección: Calle Sobrante, 20 28240 Hoyo de Manzanares, Madrid

Web: www.demeter.es

Teléfono +34 918 56 65 19

Demeter Associazione Italia

Dirección: Strada Naviglia, 11/a - 43122 – Parma

Web: <https://demeter.it/>

Teléfono +39 0521 776962

icex

10. Perspectivas del sector

10.1. Perspectivas para los productos alimentarios biológicos

Las previsiones para 2020 están fuertemente condicionadas por los efectos de la COVID-19 sobre la economía italiana.

Aunque la alimentación representa un sector con tendencias predominantemente positivas, los consumidores se están orientando hacia productos duraderos y de primera necesidad, con una mayor atención sobre la variable del precio frente a una posible reducción de sus ingresos, que se podría ver compensada con intervenciones del Gobierno para el mantenimiento de empresas y familias. La frecuencia de compra se reduce, pero se incrementa el tique medio debido también a una caída del consumo fuera de casa.

Para el segmento biológico, en particular, se prevé una continuación de la tendencia positiva para el canal no especializado, aunque con una tasa ligeramente estabilizada (+4,1% respecto al 2019). Se da una recuperación de la tendencia negativa en el canal especializado (-3%) y una caída intensa en el segmento de los comedores escolares (-36%) debido al cierre de las escuelas. Considerando los tres canales, para 2020 se espera una reducción de un 1,3% con respecto al año anterior.

Para el 2021 las previsiones apuntan a una recuperación de las ventas de productos biológicos en el mercado italiano de un 4,6% gracias a la recuperación de la actividad de los comedores escolares (+40%), la consolidación del canal especializado (+0,6%) y el crecimiento constante del comercio al por menor no especializado (+3,3%).

En el caso de que la emergencia se extienda hasta diciembre de 2020 debido a los rebrotes, se necesitarán en torno a 6 meses para una recuperación de la actividad normal. En este caso, los canales de los comedores escolares se verán golpeados con una caída del 74,5% frente al 2019 y una recuperación del 50% en el 2021. El mercado interno, por lo tanto, tendrá una caída de un 4,6% frente al 2019, y una crecida en el año siguiente del 3,6%. Para el resto de los canales, especializado y no especializado, se prevé una evolución similar, con una menor incidencia de los productos importados en el consumo interno debido a un posible cierre de las fronteras con otros países europeos. Esto tendrá consecuencias también sobre las exportaciones.

TABLA 16: DIMENSIONES Y PERSPECTIVAS PARA LA DEMANDA Y LA OFERTA

Datos en millones de euros del 2017 al 2021

	2017	2018	Var % 17/18	2019	Var % 18/19	Previsiones			
						2020	Var % 19/20	2021	Var % 20/21
Por menor no especializado	1.010,0	1.129,0	11,8	1.182,0	4,7	1.230,0	4,1	1.270,0	3,3
Por menor especializado	575,0	518,0	-9,9	497,0	-4,1	482,0	-3,0	485,0	0,6
Comedor escolar	147,0	152,5	3,7	157,0	3,0	100,0	-36,3	140,0	40,0
Mercado interno	1.732,0	1.799,5	3,9	1.836,0	2,0	1.812,0	-1,3	1.895,0	4,6
Mercado interno PM	2.940,0	3.005,0	2,2	3.050,0	1,5	2.910,0	-4,6	3.100,0	6,5

Fuente: Cerved

10.2. Perspectivas para los vinos biológicos²⁸

Aunque el consumo mundial de vino continúa luchando por crecer, hay categorías dentro del sector que tienen mejores resultados que otras, en las que se enmarcan los vinos biológicos que han visto su cuota duplicarse a nivel mundial desde el 2013 hasta la actualidad, y que cuentan con expectativas de crecimiento, al menos, hasta el 2024, en el que se espera que la producción de Italia, Francia y España, los tres principales productores, alcance los 2.000 millones de botellas. Según el estudio de *International Wine and Spirits Research* presentado en MillésimeBio, que se centra en la producción y el consumo de vinos biológicos en los mercados clave (Francia, Italia, España, Alemania y EE. UU.) muestra que en 2018 el volumen de negocios total de los vinos ecológicos alcanzó los 3.300 millones de euros, solo en esos mercados.

En las previsiones para los próximos años se espera un ligero y constante descenso en el consumo total de vino, pasando de los 28.300 millones en 2018 a los 28.000 millones en 2023. No será así para el segmento de los vinos biológicos que se espera que pase de unas ventas de 729 millones

²⁸ Nel 2023 la produzione di vino bio a quota 2 miliardi di bottiglie, Francia primo consumatore, Wine News. Consultado en https://winenews.it/it/nel-2023-la-produzione-di-vino-bio-a-quota-2-miliardi-di-bottiglie-francia-primo-consumatore_408678/ 27/01/2020

de botellas en 2018 a 976 millones en 2023, con una cuota que pasará del 2,6% al 3,5% del total de los vinos comercializados.

Centrando el estudio en los cinco principales países del sector, el consumo de vino tinto biológico alcanzará los 316,2 millones de botellas en el 2023, un 48% más que en 2018. El consumo de vino rosado se espera que incremente sus ventas en un 60% alcanzando los 72,8 millones de botellas; y, por último, el espumoso se espera que llegue a los 69,5 millones de botellas, un 48% más que en 2018.

En cuestiones de producción, tomando en consideración los viñedos en conversión para satisfacer la demanda creciente, el potencial de producción de Italia alcanzará los 924 millones de botellas en 2023, un 30% más que en 2018. En Francia se espera que alcancen los 613 millones de botellas (70% más) y en España 599 millones (+76%).

En cuanto a superficie dedicada al cultivo de viñedo ecológico tiene una tendencia diferente: se espera que España alcance las 160.000 hectáreas en 2023, un 78% más que en 2018, Francia 115.000 hectáreas suponiendo un 76% más, e Italia 96.320 hectáreas, con un crecimiento con respecto al 2018 de un 29%.

En términos de consumo se espera que Francia se convierta en el primer consumidor mundial de vinos biológicos, superando a Alemania y manteniendo ese liderazgo hasta el 2023, año en el que alcanzará los 195,4 millones de botellas, un 71% más que en 2018. Alemania, por su parte, crecerá un 25% alcanzando los 170 millones de botellas consumidas; los EE. UU. se espera que alcancen los 95 millones de botellas, un crecimiento de un 25%; Italia los 61,1 millones de botellas con un crecimiento del 26% y España alcanzará los 37,8 millones de botellas creciendo un 26%.

Italia es, y seguirá siendo, un país eminentemente exportador: en 2018 la cuota de vino orgánico consumido en Italia era de un 11,8% y se espera que en 2023 baje hasta un 9,3%, alcanzando así una cuota de exportación del 90%. En España la tendencia es la contraria: entre 2018 y 2023 se espera que la cuota de vino biológico que se queda en el mercado nacional aumente de un 9% a un 11%. Por último, en Francia, la parte del vino que se consumirá dentro de sus fronteras se estima que pase del 58% de 2019 al 64% en 2023, reduciendo así las exportaciones en un 36%.

11. Oportunidades y amenazas

11.1. Oportunidades y amenazas de los alimentos biológicos

Según el estudio Cerved sobre los alimentos biológicos en Italia, estas son las principales oportunidades que puede aprovechar el sector en la coyuntura actual:

- Crecimiento del consumo de productos alimentarios en casa, con un incremento de la compra al por menor.
- Mayor disponibilidad de productos y referencias biológicas en los puntos de venta de la gran distribución, tanto marcas privadas como industriales.
- Apoyo por parte de nutricionistas y pediatras de la alimentación biológica
- Creciente atención de los consumidores sobre la calidad de los productos alimentarios y mayor consciencia de las marcas biológicas.
- Intensificación de las actividades de control y certificación de productos biológicos procedentes de terceros países.
- Acuerdos de reconocimiento de la marca europea a nivel internacional.
- Crecimiento de celiaquías e intolerancias alimenticias con el desarrollo de productos biológicos que se ajustan a estas exigencias.

De la misma manera, el propio estudio presenta las siguientes amenazas a tener en cuenta en caso de querer entrar en el mercado italiano:

- Reducción de las ventas en los segmentos de catering escolares, casas rurales, restauración y mercados agrícolas a causa de la epidemia de la COVID-19.
- Poca disponibilidad de materia prima biológica que repercute sobre los precios finales de venta de los productos
- Reducción de los puntos de venta del canal de la alimentación especializado
- Competencia por parte de productos convencionales más económicas que se ve reforzada por una reducción del poder adquisitivo de los consumidores
- Ralentización de las exportaciones
- Presiones crecientes sobre los precios por parte de los distribuidores
- Crecimiento de las importaciones de terceros países
- Promoción de la marca biológica europea insuficiente

11.2. Oportunidades y amenazas de los vinos biológicos

El vino biológico en Italia es hoy el segmento líder del mercado agroalimentario biológico en Italia. Su producción ha experimentado un crecimiento que solo en el 2017 alcanzó el 110%, llevando al 41% las familias italianas a consumir al menos una botella de producto certificado como biológico.

Esta nueva dinámica de sector ha sido motivada de una manera particular por la entrada al mercado de la generación de los *millennials*: un segmento fundamental cuyas características representan grandes oportunidades para los productores.

La primera de estas características es la predilección por las soluciones basadas en la web, de hecho, un 94% de las personas entre los 22 y los 38 años se consideran usuarios digitales. Prefieren las compras a través de sitios de e-commerce y aplicaciones, y utilizan las redes sociales como plataformas, no solo de comunicación, sino también de educación: los *influencers* tienen un papel importante para la determinación de la compra de vino.²⁹

Por lo tanto, internet supone un gran potencial para los productores, ya que representa un punto de contacto donde poder interactuar eficazmente con la generación *millennial* de una manera más directa y empática.

Otra de las características de este segmento demográfico es la investigación que llevan a cabo para encontrar productos que estén en línea con sus valores, por los cuales están dispuestos a pagar más. Entre estos valores se encuentra la sostenibilidad ambiental, un deseo de volver a la naturalidad valorando la reducción de residuos, el bienestar, la salud de la persona y la calidad del producto.

Otras características determinantes son el embalaje y la experiencia: los *millennials* no solo consumen vino en restaurantes, sino también en contextos domésticos con los amigos, una experiencia preferida por el 62% de los interesados.

La principal amenaza del sector vinícola biológico se encuentra en la creciente propensión a la exportación del país y la reducción del consumo nacional, tal y como se ha presentado anteriormente. Se espera que en los próximos años un entorno a un 90% de la producción nacional pase a ser destinada a otros mercados, sobre todo mercados europeos.

²⁹ #Trends: Vino Bio 2019, in testa l'agroalimentare biologico – IAA Italy. Consultado en: <https://blog.iaaitalychapter.it/blog/vino-bio-2019-in-testa-lagroalimentare-biologico-06/08/2019>



12. Información práctica

12.1. Instituciones españolas

ICEX España Exportación e Inversiones

Paseo de la Castellana, 278 – 28046 MADRID

Tel.: +34 913 496 100 - Fax: +34 914 316 128

Email: icex@icex.es Web: www.icex.es

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Milán

Via del Vecchio Politecnico, 3 – 20121 Milano

Tel.: +39 02 781 400 - Fax: +39 02 781 414

E-mail: milan@comercio.mineco.es



12.2. Próximas ferias relacionadas

Sana – Salón Internacional del Biológico y lo Natural

Jueves 9 al domingo 12 de septiembre de 2021 en Bolonia



Ecomondo – The Green Technology Expo

Noviembre de 2021



12.3. Federaciones y Asociaciones

ABNI – Asociación de Biólogos y Nutricionistas Italianos

Web: www.abni.it

Email: segretaria@abni.it



AIAB – Asociación Italiana por la Agricultura Biológica



Teléfono: +39 06 4386 450

Web: www.aiab.it

Email: firab@firab.it



ANABIO – Asociación Nacional de Agricultura Biológica

Web: www.anabio.it



ASSOBIO – Asociación Nacional de Empresas de Transformación y Distribución de Productos Biológicos y Naturales

Teléfono: +39 05 1421 0272

Web: www.assobio.it

Email: info@assobio.it



BIOLITALIA – Asociación de Productores Biológicos

Teléfono: +39 08 0558 2512

Web: www.premiobiol.it/bioitalia/

Email: info@biolitalia.it



FEDERALIMENTARE – Federación Italiana de la Industria Alimentaria

Teléfono: +39 06 5903 380

Web: www.federalimentare.it

Email: segretaria@federalimentare.it



FEDERBIO - Federación Italiana de Agricultura Biológica y Biodinámica

Web: www.federbio.it

Email: info@federbio.it



ISMEA - Instituto de Servicios para el Mercado Agroalimentario



Teléfono: +39 06 8556 8319

Web: www.ismea.it

Email: urp@isma.it



SINAB - Servicio de Información Nacional sobre la Agricultura Biológica

Teléfono: +39 06 4665 6182

Web: www.sinab.it

Email: sportelloinfo@sinab.it



12.4. Prensa especializada

AGRA

www.agraeditrice.com

GREEN PLANET

<http://www.greenplanet.net/>

RIZA

<http://www.riza.it/home.html>

NATURAL 1

www.natural1.it

BIOAGRICOLTURA

<http://bit.ly/2cJ1e3l>

TUTTO BIO 2020 – Anuario del biológico www.biobank.it



13. Bibliografía

Altarimini.it. 2020. **Mercato Del Vino Biologico E Sostenibile: I Consumi Sono In Crescita.**

[online] Disponible en: <https://www.altarimini.it/News127183-mercato-del-vino-biologico-e-sostenibile-i-consumi-sono-in-crescita.php>

Baccino, F. (2018). **Corrono in Spagna gli investimenti sul bio, ma l'Italia fattura più del doppio.** Disponible en: https://www.freshpointmagazine.it/featured/corrono-spagna-bio-italia-fattura-doppio/?utm_term=350511+-https%3A%2F%2Fwww.freshpointmagazine.it%2Ffeatured%2Fcorrono-spagna-bio-italia-fattura-doppio%2F&utm_campaign=Campagne+B-NBM+Fresh+Point+Magazine+-Fresh+Point+Magazine+newsletter+20181205&utm_medium=email&utm_source=MagNews&utm_content=73100+-+35101+%282018-12-05%29

+https%3A%2F%2Fwww.freshpointmagazine.it%2Ffeatured%2Fcorrono-spagna-bio-italia-fattura-doppio%2F&utm_campaign=Campagne+B-NBM+Fresh+Point+Magazine+-Fresh+Point+Magazine+newsletter+20181205&utm_medium=email&utm_source=MagNews&utm_content=73100+-+35101+%282018-12-05%29

Cambia la terra, 2019. **Piace ai consumatori, è boom per il vino biologico** - Cambia La Terra. (2019). Disponible en: <https://www.cambialaterra.it/2019/01/boom-per-il-vino-biologico/>

Cerved Databank, 2020. **Analisi di segmenti e quote di mercato ALIMENTI BIOLOGICI**

Demeter. 2020. **Demeter Associazione Italia.** [online] Disponible en: <https://demeter.it/>

Enoitalia. 2020. **Tutti Amano Il Vino Biologico, Sia In Italia Che All'estero | Enoitalia.** [online] Available at: <<https://www.enoitalia.it/vino-biologico/>> [Accessed 12 November 2020].

Eur-lex.europa.eu. 2020. **EUR-Lex - 32018R0848 - EN - EUR-Lex.** [online] Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32018R0848>

Euronews, 2018. **Il Covid-19 potrebbe dare un'inattesa spinta al settore bio spagnolo.** (2020). Disponible en: <https://it.euronews.com/2020/09/18/il-covid-19-potrebbe-dare-un-inattesa-spinta-al-settore-bio-spagnolo>

Euronews, 2020. **Spagna, il paese dei vini biologici.** (2020). Disponible en: <https://it.euronews.com/2020/10/15/spagna-il-paese-dei-vini-biologici>

FederBio. 2020. **Vinitaly 2018: Il Trionfo Del Vino Biologico Italiano - Federbio.** [online] Disponible en: <https://feder.bio/vinitaly-2018-trionfo-del-vino-biologico-italiano/#:~:text=La%20produzione%20di%20vino%20biologico,e%20DOCG%20e%20di%20un>

Federzoni, M., 2019. **Vini Green.** LAMADIA, (341).



IAA Italy. **Vino Bio 2019 in testa** (2019). Disponible en: <https://blog.iaaitalychapter.it/blog/vino-bio-2019-in-testa-lagroalimentare-biologico-06/08/2019>

Il Corriere Vinicolo ed. Biologico, 2020. ***I numeri della viticoltura biológica in Italia.***

ISMEA, 2020. ***Bio In Cifre 2020.***

Istat.it. 2020. ***Istat.It.*** [online] Disponible en: <https://www.istat.it/>

La semana vitivinícola, 2019. ***El Consumo Mundial De Vinos Ecologicos Se Ha Duplicado Desde 2013.*** [online] La semana vitivinícola. Disponible en: <http://www.sevi.net/>

Marche Journal of Applied Economics, 2018. ***Il Marketing Del Vino Biológico: Opportunità E Criticità Per Le Imprese Vitivinicole Delle Marche.***

Nomisma. 2020. ***18 Luglio 2017 – Vola L'Export Dei Vini Bio Italiani | Nomisma.*** [online] Disponible en: <https://www.nomisma.it/18-luglio-2017-vola-lexport-dei-vini-bio-italiani/>

Quattroclici. 2020. ***Produttori Di Vino Biologico - Quattroclici.*** [online] Disponible en: <https://www.quattroclici.it/ricerca/produttori/vino/biologico/>

Ristorando, 2020. ***I prezzi dei prodotti biologici.*** pp.65-66.

Sinab.it. 2020. ***Home | Sinab.*** [online] Disponible en: <http://www.sinab.it/>

Suolo e Salute, 2018. ***La Spagna investe sul biologico - Suolo e Salute.*** (2018). Disponible en: <https://www.suoloesalute.it/la-spagna-investe-sul-biologico/>

Winenews, 2020. ***Nel 2023 la produzione di vino bio a quota 2 miliardi di bottiglie, Francia primo consumatore.*** (2020). Disponible en: <https://winenews.it/it/nel-2023-la-produzione-di-vino-bio-a-quota-2-miliardi-di-bottiglie-francia-primo-consumatore-408678/>



Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

