COMUNICATO STAMPA

**GERMANIA, DOVE VA IL MERCATO DEL BIO**

*Il progetto Being Organic in Eu, promosso da FederBio in collaborazione con Naturland DE e co-finanziato dall’Unione Europea, offre l'occasione per presentare a Biofach numeri e tendenze del settore biologico in Germania.*

**LE ULTIME NOTIZIE DAL SETTORE**

In area tedesca il biologico gode di buona salute, tanto che dopo una leggera flessione nel 2022 il comparto sta vivendo una fase positiva.

Il mercato del biologico in Germania, che nel 2000 valeva ancora poco più di 2 miliardi di euro, ha infatti toccato il suo picco nel 2023 superando i valori pre-pandemia e raggiungendo quota **16 miliardi di euro** (nel 2022 il valore era sceso a 15,3 mld€ dopo l’ottimo 2021 a 15,9 mld€).

Anche il dato sulle **superfici coltivate a biologico** è in leggero aumento – si arriva all’**11%** della SAU tedesca –, mentre cala il numero di aziende agricole nel settore, con un impatto non sempre positivo sulla disponibilità di materie prime biologiche.

**L’ORIENTAMENTO DEI TEDESCHI: RAGIONI E LUOGHI DI ACQUISTO DEI PRODOTTI BIO**

Il 65% dei consumatori tedeschi ritiene che le proprie decisioni d'acquisto abbiano un impatto sulla società e sostiene i marchi che si impegnano in tal senso.

Tra le ragioni che più orientano i consumatori verso i prodotti bio figurano: il benessere animale (90%), la provenienza regionale (88%), l’attenzione verso un’alimentazione sana (87%), l’assenza di pesticidi (84%) e di OGM (74%), la tutela della biodiversità (74%). Attualmente, non rientrano tra le principali motivazioni al consumo le preoccupazioni legate al cambiamento climatico.

Nel 2023 i tedeschi acquistano biologico soprattutto nei **supermercati** (91%), nei **discount** (77%) e nei **mercati settimanali** (55%); in misura minore nei **drugstore/negozi di generi vari** (50%), **direttamente dal produttore** (48%), nei **negozi** (43%) o **supermercati bio** (40%) e ancora meno **online** (15%).

In generale, in Germania i consumatori apprezzano la chiarezza e la trasparenza informativa: il 59% dichiara che l’etichetta EU biologica incide sulle loro decisioni di acquisto. Ciò nonostante, i **consumi biologici sono il 7% del totale** e, se si guarda agli ultimi dati disponibili, gli acquisti bio, per quanto in crescita, non sono ancora diventati un’abitudine quotidiana.

Nel 2018, il 46% dei tedeschi sceglieva biologico mai o raramente, mentre solo il 6,9% lo preferiva quasi sempre o comunque spesso. Nel 2021 il primo valore era in diminuzione, attestandosi al 41%, mentre la **percentuale dei “bio-addicted”** era salita al **9,5%.**

***BEING ORGANIC in EU***

***Choose the European Organic Leaf for a better world.***

*Il progetto BEING ORGANIC in EU è una campagna di promozione proposta da FederBio in collaborazione con Naturland cofinanziata dall’Unione Europea ai sensi del regolamento UE n.1144/2014 e prevede un insieme articolato di azioni con l’obiettivo di migliorare la conoscenza, il prestigio e il consumo dei prodotti ortofrutticoli biologici verso i due paesi target: Italia e Germania. “BEING ORGANIC in EU” mira a contribuire ad un sistema agroalimentare sostenibile a sostegno del “Green Deal Europeo” e delle strategie “Farm to Fork” e “Biodiversità 2030” per favorire un sistema alimentare etico, salutare, resiliente dal punto di vista climatico ed ecologico e a mettere in risalto le caratteristiche virtuose dell’agricoltura biologica europea, sia in termini di qualità del prodotto sia di sostenibilità, dalla produzione primaria fino al consumatore. Per queste ragioni le iniziative messe in campo dal progetto sono del tutto in linea con gli obiettivi dell’“European Green Deal” e le sue strategie e funzionali alla realizzazione dal “Piano d’azione europeo per lo sviluppo dell’agricoltura biologica”.*

**UFFICIO STAMPA**

**Absolut eventi & comunicazione**

ufficiostampa@absolutgroup.it

Tel. +39 051 272523 / 340 9214636