



I RISULTATI DELLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SULL'AGRICOLTURA BIOLOGICA



Dicembre 2018

**Documento realizzato nell'ambito del
Programma Rete Rurale Nazionale 2014-20
Piano di azione biennale 2017-18
Scheda progetto 5.1 Ismea**

Autorità di gestione: Ministero delle
politiche agricole alimentari e forestali
Ufficio DISR2 - Dirigente: Paolo Ammassari

Referente progetto: Riccardo Meo

Autore: Riccardo Meo, Isabella Foderà,
Alessandra Petti, Chiara Cirelli

Grafica e impaginazione:
Roberta Ruberto, Mario Cariello, Jacopo
Barone

Sommario

1. La campagna di comunicazione sul biologico.....	4
2. Struttura della campagna	4
2.1 La brochure.....	4
2.2 Il video	5
2.3 Il questionario.....	6
3. Analisi quantitativa e qualitativa dei risultati del questionario.....	6
4. Elaborazione dati	7
5. Conclusioni	15

1. La campagna di comunicazione sul biologico

Nell'ambito delle attività previste dalla Scheda Progettuale RRN-Ismea 5.2 *Filiera biologica e delle produzioni a IG*, è stata realizzata una campagna di comunicazione sull'agricoltura biologica, dal nome *#latuapartedibio*. Il progetto è stato realizzato per coinvolgere un numero di consumatori (dai 18 ad oltre i 50 anni d'età) il più ampio possibile, al fine di informarli e sensibilizzarli sui principi produttivi del biologico, sugli effetti positivi che questo ha sull'ambiente e sul clima e di renderli consapevoli del ruolo chiave che essi stessi rivestono nell'orientare l'agricoltura verso modelli di produzione più sostenibili.

All'interno delle attività della campagna sono stati prodotti una brochure, un video e un questionario.

2. Struttura della campagna

Il progetto è stato presentato in occasione di eventi sull'agroalimentare, in particolare al Salone Internazionale del Biologico (SANA 2018) di Bologna e al Salone Internazionale del Gusto (Terra Madre 2018) di Torino. Successivamente la Campagna Bio si è rivolta al grande pubblico attraverso due eventi, presso il Centro Commerciale Porta di Roma e presso il Parco Leonardo di Fiumicino, che si sono tenuti nell'autunno 2018.

Per attirare e coinvolgere i consumatori, tutti gli eventi sono stati sponsorizzati mostrando negli stand il logo del biologico europeo (eurofoglia) e l'hashtag della campagna *#latuapartedibio*.



Immagine 1: il logo della campagna

2.1 La brochure

La brochure divulgativa, dal titolo *"L'Unione Europea sostiene l'agricoltura biologica. E tu?"* si rivolge al consumatore, rendendolo protagonista di un processo volto all'acquisizione di una maggiore conoscenza e consapevolezza sui temi dell'agricoltura biologica.

Di seguito i principali contenuti presenti nella brochure:

- **Le caratteristiche del modello produttivo del biologico** (impiego di sostanze d'origine naturale per la difesa e la fertilizzazione delle colture, attenzione al benessere animale, ricorso a tecniche sostenibili di lavorazione dei suoli, predilezione per razze e specie autoctone, migliore gestione delle risorse naturali);

- **L'impegno dell'Unione europea nel sostenere gli agricoltori biologici** attraverso specifiche misure di aiuto previste dai Programmi di Sviluppo Rurale;
- **Il ruolo del consumatore per la valorizzazione del biologico** attraverso le proprie scelte di acquisto consapevole.



Immagine 2: Brochure realizzata per la Campagna di comunicazione sull'agricoltura biologica

2.2 Il video

Il video, realizzato con la tecnica del "Whiteboard animation", ovvero con illustrazioni grafiche su di una lavagna virtuale, riporta i contenuti descritti nella brochure; il video, proiettato durante tutti gli eventi della campagna, è visualizzabile nel sito e sul canale YouTube della Rete Rurale Nazionale, nonché al seguente link: <https://www.reterurale.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/18615>



Immagine 3: Copertina del video realizzato per la Campagna di comunicazione sull'agricoltura biologica

2.3 Il questionario

Il questionario elettronico, somministrato in forma anonima è articolato in 15 domande, mirate a valutare la tipologia e la frequenza d'utilizzo di alimenti biologici, il grado di conoscenza del modello di produzione biologica ed i suoi impatti sull'ambiente.

3. Analisi quantitativa e qualitativa dei risultati del questionario

I consumatori che hanno risposto al questionario sono 855. A partire dal campione è stato delineato il profilo medio del consumatore e analizzato il suo grado di fiducia verso i prodotti biologici.

La maggior parte degli intervistati rientra nella fascia di età compresa tra i 31 e i 50 anni, appartiene a famiglie numerose (4 e più) e solitamente si reca presso supermercati o ipermercati delle grandi catene di distribuzione per fare la spesa. Il consumatore si identifica come un soggetto spesso in balia dei ritmi frenetici della quotidianità ma, allo stesso tempo, sempre più attento, nell'atto di acquisto, all'etichetta dei prodotti alimentari.

La percentuale di chi acquista biologico (il 52% sporadicamente e il 16% sempre) è risultata in linea con le ultime analisi di settore. Sorprende invece che un 43% dei soggetti afferma di non acquistare mai prodotti biologici a causa di una scarsa conoscenza del prodotto e del sistema di certificazione più in generale.

Il consumatore bio si rivela più scrupoloso della media nella scelta dei prodotti e presta ancora più attenzione alla lettura degli ingredienti e alla provenienza delle materie prime.

Notevole è l'interesse per l'acquisto di prodotti biologici del settore ortofrutticolo fresco e del settore cerealicolo, da sempre punte di diamante della dieta mediterranea, seguiti da latte e derivati.

Il 57% dei consumatori riconosce al prodotto biologico il valore aggiunto dei costi di produzione più elevati e, per questa ragione, ritiene appropriato pagare un prezzo più alto.

Nonostante i numerosi canali d'informazione e pubblicità (dai più tradizionali come televisione e radio, ai più innovativi come internet e social media), la fiducia che il consumatore italiano ripone verso il proprio territorio e con i produttori rimane il più importante elemento di avvicinamento e conoscenza del modello agroalimentare locale biologico.

La maggior parte dei consumatori crede inoltre che i prodotti biologici siano adeguatamente controllati e certificati e li considera salutari per l'uomo e per l'ambiente.

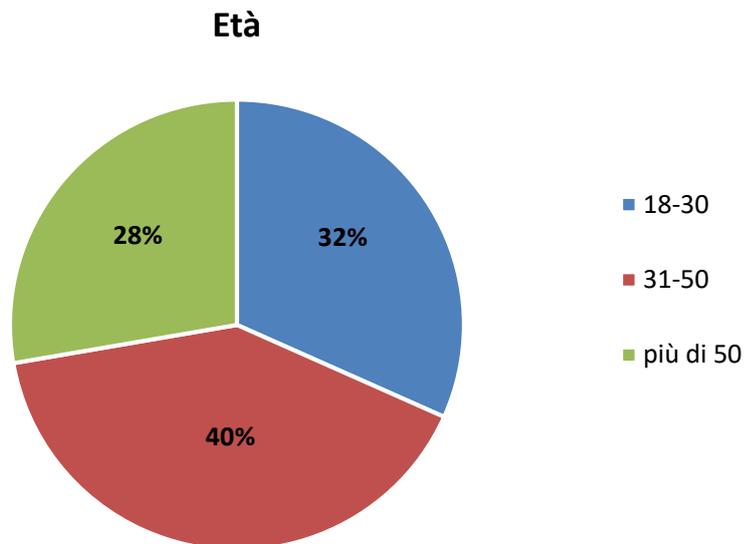


Immagine 4: Esempio di interfaccia grafica e di tipologia di domanda del questionario

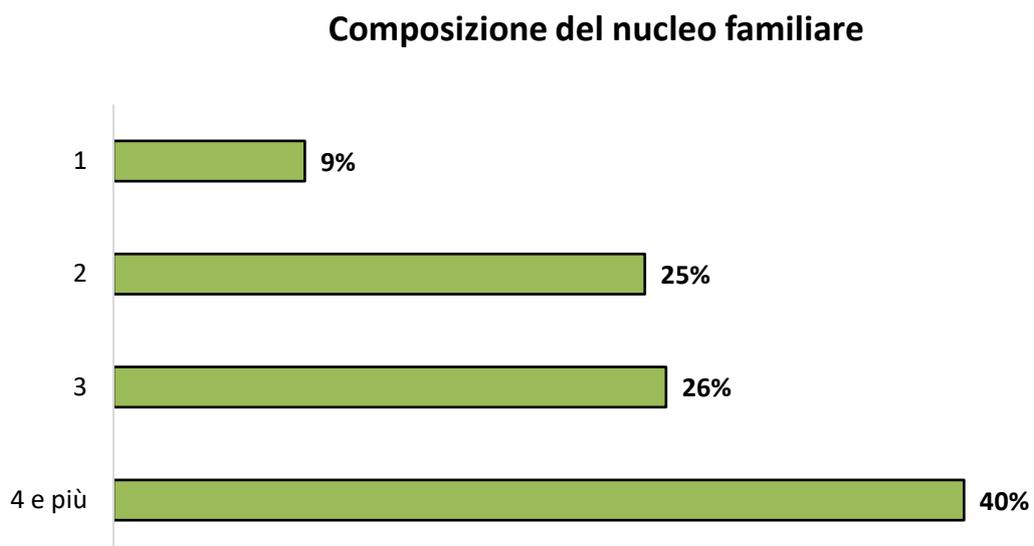
4. Elaborazione dati

Di seguito sono riportati i grafici elaborati dalle risposte ai questionari somministrati durante le attività con il grande pubblico.

Quesito 1

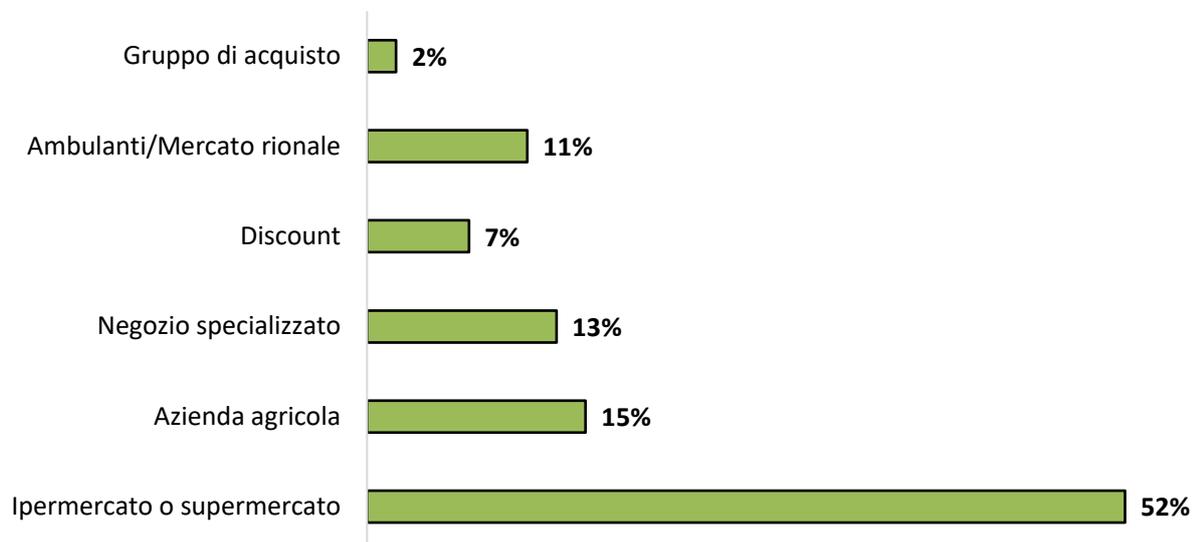


Quesito 2



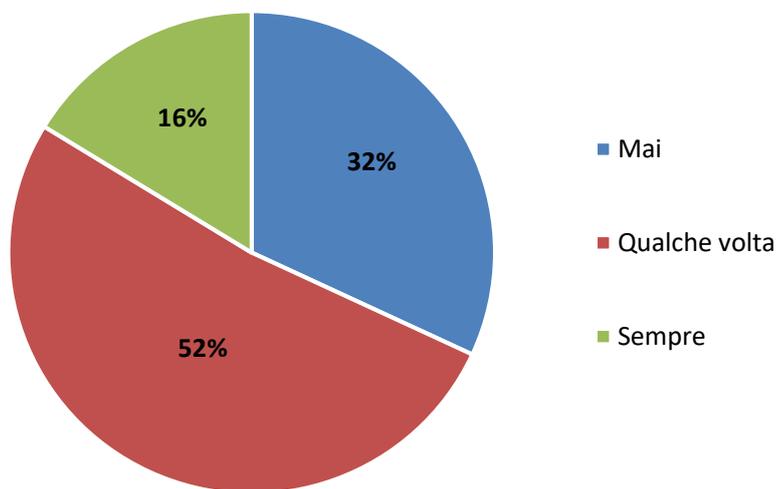
Quesito 3

Dove fai prevalentemente la spesa?



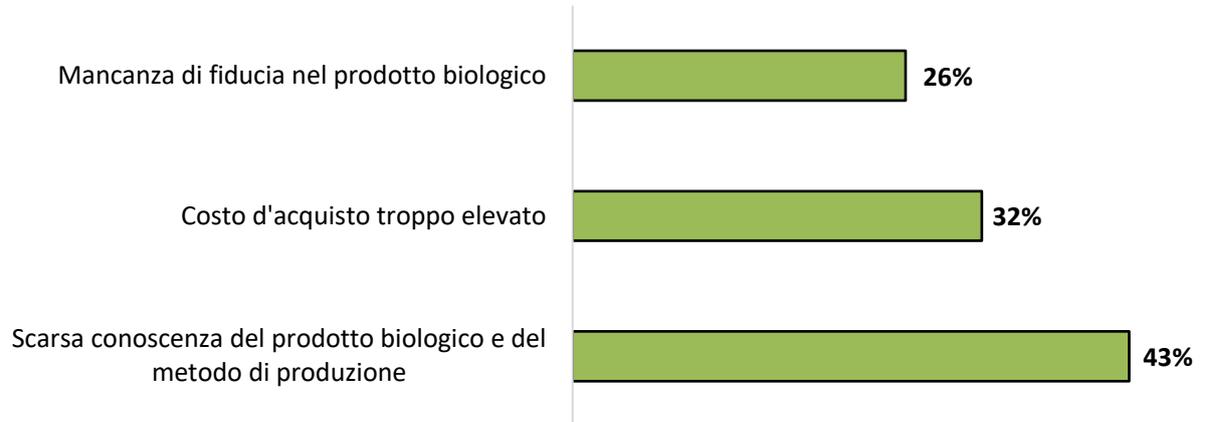
Quesito 4

Con quale frequenza acquisti prodotti biologici?



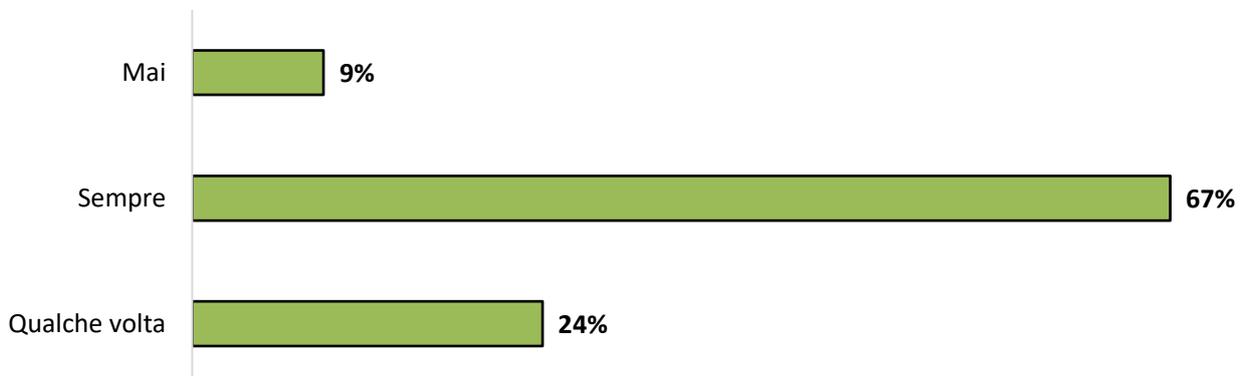
Quesito 5

Perchè non acquisti prodotti biologici?



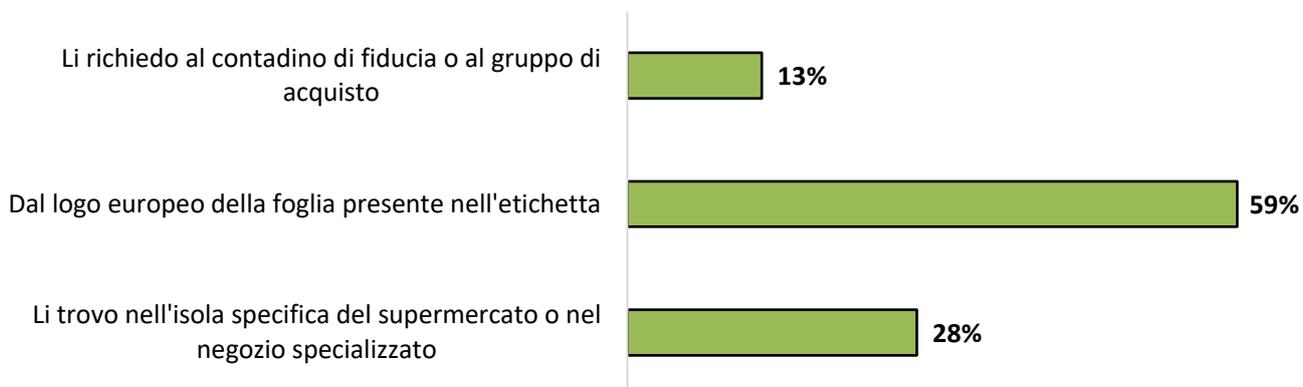
Quesito 6

Al momento dell'acquisto, leggi sempre l'etichetta del prodotto?



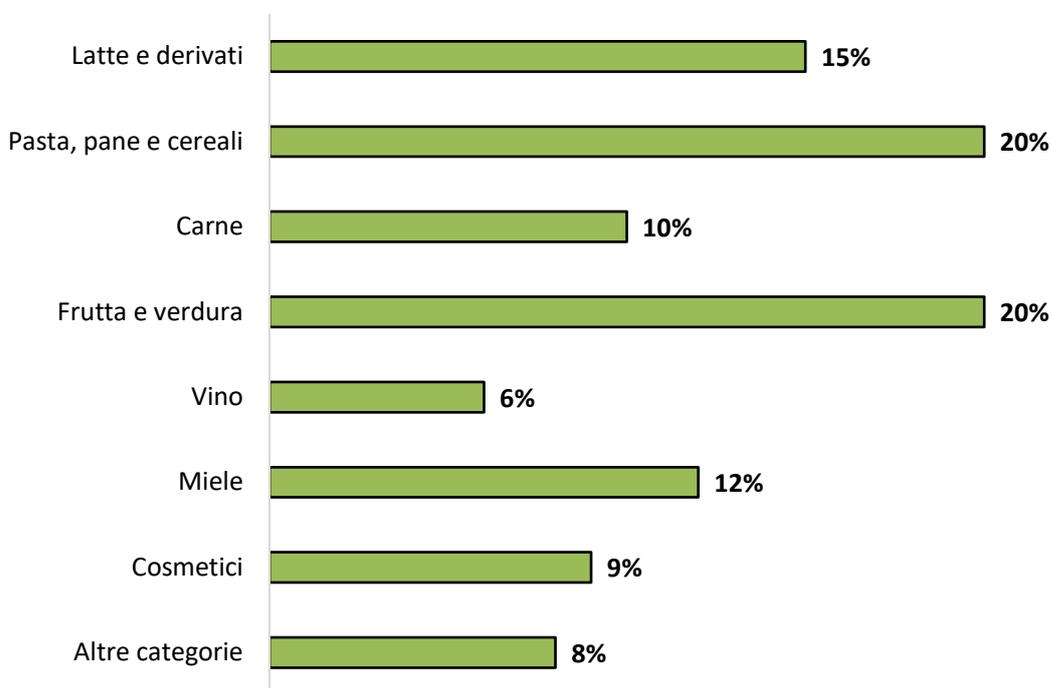
Quesito 7

Da cosa riconosci i prodotti biologici?



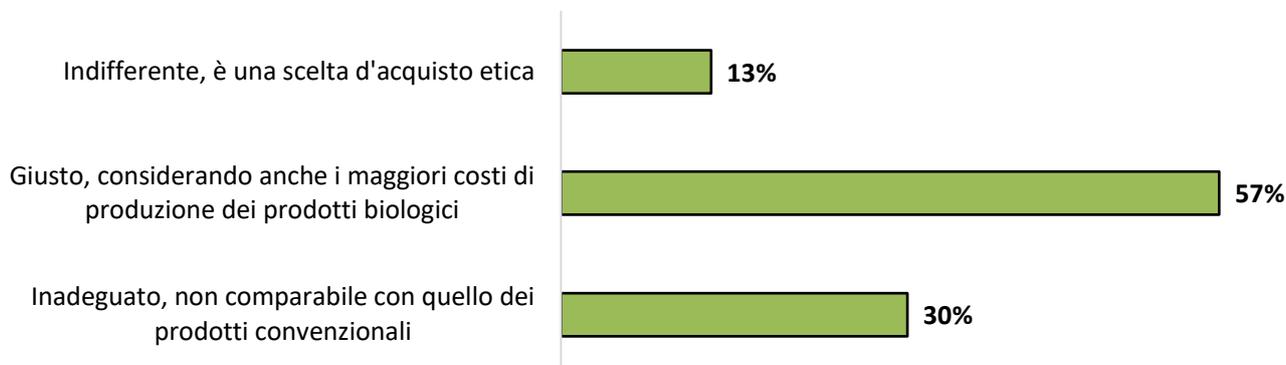
Quesito 8

Su quali prodotti biologici orienti prevalentemente l'acquisto?



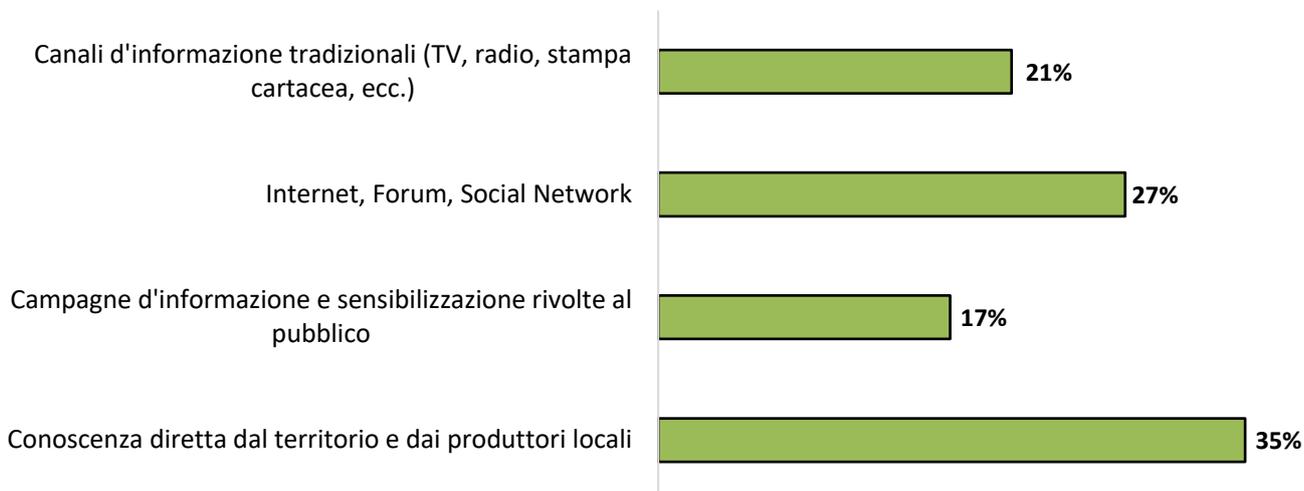
Quesito 9

Come giudichi il rapporto qualità/prezzo dei prodotti biologici?



Quesito 10

Attraverso quali canali di comunicazione ritieni di aver formato la tua conoscenza del modello di riproduzione biologica?



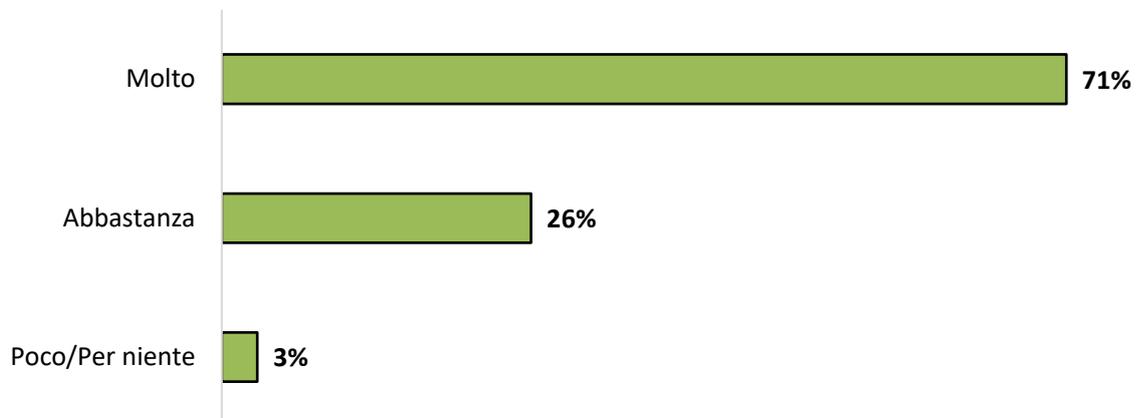
Quesito 11

Sono certificati e controllati?



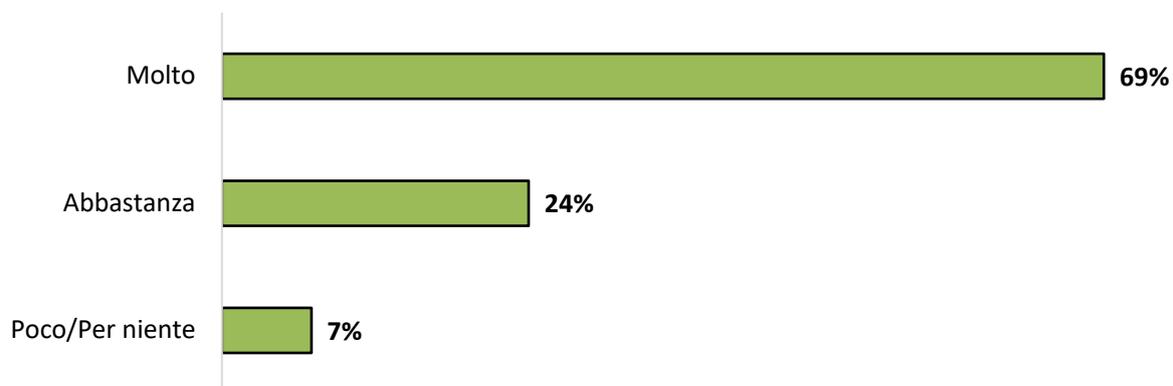
Quesito 12

Hanno un impatto positivo sulla salute?



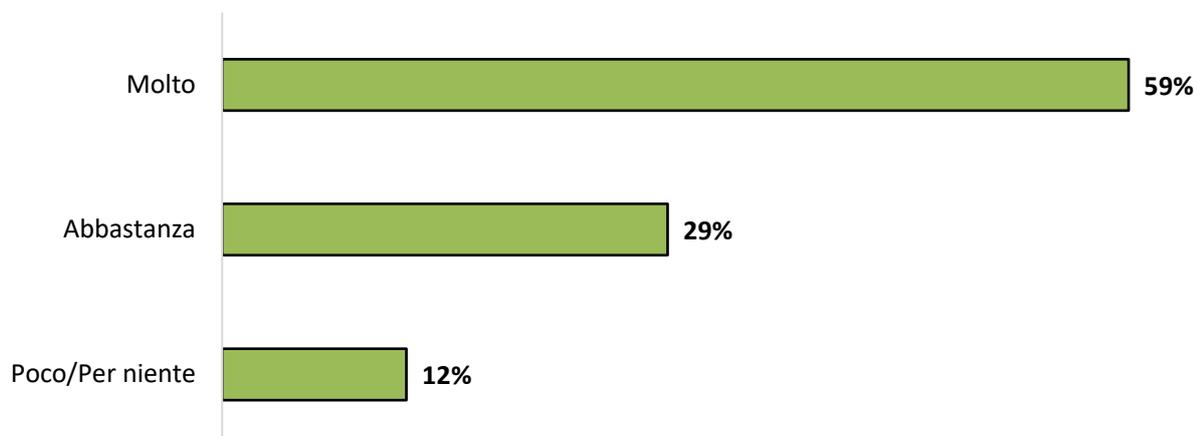
Quesito 13

Quanto sei a conoscenza che in agricoltura biologica non vengono utilizzati prodotti chimici di sintesi?



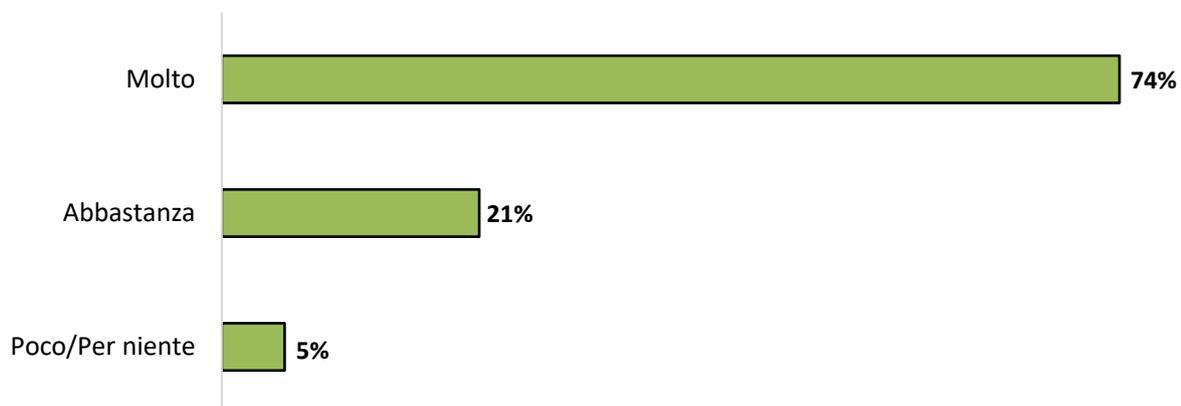
Quesito 14

Quanto sei a conoscenza del divieto di coltivazione di Organismi Geneticamente Modificati in agricoltura biologica?



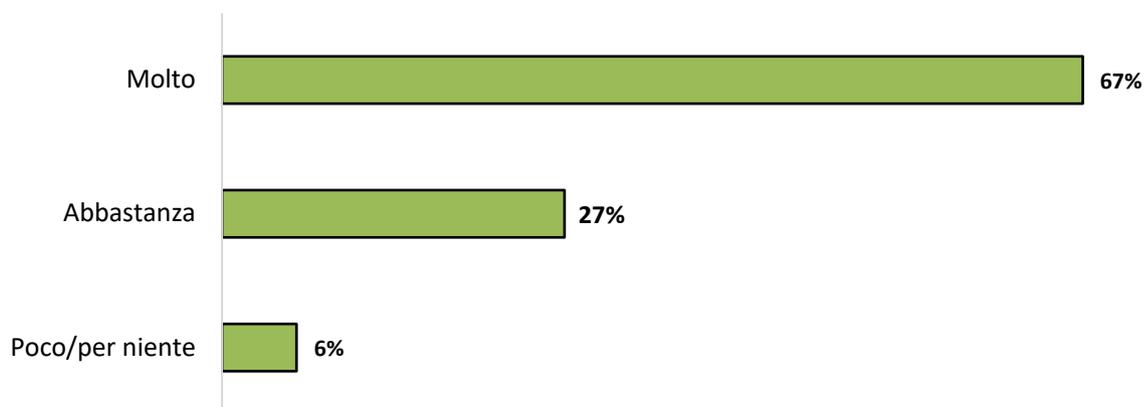
Quesito 15

**Sei a conoscenza del rispetto dei prodotti biologici verso
l'ambiente e il benessere animale?**



Quesito 16

**Sai che i prodotti biologici rispettano l'identità del territorio e le
produzioni locali e tradizionali?**



5. Conclusioni

La campagna di comunicazione sul biologico “#latuapartedibio” ha coinvolto un pubblico vasto ed eterogeneo, per informarlo sul tema dell’agricoltura biologica e, allo stesso tempo, saggiarne il livello di conoscenza.

Al termine della campagna di comunicazione e dall’analisi dei dati raccolti si evince che il consumatore medio è abbastanza informato ed attento alla propria scelta di acquisto in campo agroalimentare.

Tale consapevolezza lo spinge spesso a preferire i prodotti certificati biologici.

Gli alimenti bio sono, per i consumatori, assicurazione di qualità, genuinità e rispetto per l’ambiente.

I prezzi più elevati se da una parte sono giustificati da un attento controllo e sono garanzia di sicurezza, dall’altra possono essere scoraggianti per l’acquisto.

Nonostante il biologico risulti ben conosciuto e apprezzato da una buona fetta della popolazione italiana, resta comunque importante proseguire con progetti di informazione e divulgazione, soprattutto per informare quel 43% di consumatori che si astengono dall’acquisto solo per scarsa conoscenza.

**RETERURALE
NAZIONALE
20142020**

RETE RURALE NAZIONALE

Autorità di gestione
Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo
Via XX Settembre, 20 Roma
www.reterurale.it
redazionern@politicheagricole.it
@reterurale
www.facebook.com/reterurale