Non una scelta per pochi, ma una proposta accessibile e riconoscibile per un numero crescente di famiglie. È questa la sfida che AssoBio intende accompagnare nei prossimi anni

Portare il biologico nella normalità dei consumi

Sanzia Milesi



NICOLETTA MAFFINI
PRESIDENTE DI ASSOBIO

Per costruire il proprio futuro, è necessario che il biologico riesca a conquistare la Gen Z. Ne è convinta AssoBio, l'associazione nazionale di categoria che dal 2006 rappresenta le imprese di produzione, trasformazione e distribuzione di prodotti biologici e naturali in Italia e che oggi, richiamando le indicazioni emerse dal Forum Strategico promosso per il ventesimo anniversario dell'Associazione, ribadisce la propria attenzione alle tendenze di consumo dei giovani: "Non basta dire che cos'è il bio, bisogna spiegare perché sceglierlo". Come spiega Nicoletta Maffini, presidente di AssoBio: "Il biologico continua a crescere e a dimostrare la sua capacità di rispondere alle esigenze di una parte sempre più ampia dei consumatori. **Oggi il mercato è sostenuto principalmente dai Baby Boomer, dalla Generazione X e dai Millennial**, ma il vero banco di prova sarà costruire una relazione con la Generazione Z, adottando linguaggi, strumenti e canali coerenti con il suo modo di informarsi e di scegliere. Per molti anni abbiamo spiegato che cosa fosse il biologico. Oggi dobbiamo fare un passo ulteriore e spiegare perché sceglierlo. **Il biologico possiede valori forti, dalla tutela dell'ambiente alla biodiversità, dalla salute alla responsabilità sociale. La sfida è renderli concreti, comprensibili e rilevanti nella vita quotidiana delle persone**". Assobio sottolinea una precisa responsabilità: "Dobbiamo collegare meglio il beneficio individuale con quello collettivo mostrando che prendersi cura della propria alimentazione può significare anche tutelare il suolo, l'acqua, la biodiversità e le comunità agricole". **L'obiettivo è quello di puntare alla trasparenza, anche nel dibattito sulle Nuove Tecniche Genomiche o in merito all'accessibilità delle informazioni**, sempre più ricercate per mezzo dell'Intelligenza Artificiale.

"L'innovazione tecnologica sta trasformando rapidamente il sistema agroalimentare. In questo contesto, il biologico può rafforzare il proprio ruolo come modello produttivo fondato sulla trasparenza, sulla tracciabilità e su regole chiare e verificabili. Aumenta per molti consumatori il bisogno di comprendere come vengono prodotti gli alimenti che portano in tavola. **L'intelligenza artificiale sta cambiando il modo in cui le persone cercano informazioni e prendono decisioni d'acquisto**.

Anche il biologico deve essere presente in questi nuovi spazi di dialogo. Le tecnologie digitali possono aiutarci a rendere più accessibili informazioni complesse, valorizzare la tracciabilità delle filiere e costruire una relazione più diretta con i consumatori, soprattutto con quelli più giovani. La condizione irrinunciabile è che i contenuti siano corretti, verificabili e riconducibili a fonti autorevoli".

PRODUZIONI BIO NAZIONALI

Per il biologico è centrale il tema della riconoscibilità. La presentazione del Marchio del Biologico Italiano rappresenta un passaggio importante per tutto il settore. Affiancando il logo europeo, potrà contribuire a rafforzare la riconoscibilità delle produzioni biologiche nazionali e il valore del bio Made in Italy. In un mercato nel quale i consumatori chiedono garanzie, dovrà diventare uno strumento efficace per comunicare qualità, sicurezza, controlli e identità delle filiere. Non un ulteriore segno sulla confezione, ma la sintesi di un sistema fatto di agricoltori, imprese, territori, competenze e controlli, aiutando il consumatore a comprendere in pochi istanti che cosa rende specifico e distintivo il biologico italiano.