

Alimentare. Oggi presentazione dei dati a Expo

Il cibo biologico continua a correre anche nel 2015

Emanuele Scarci

MILANO

Il biologico batte la crisi dei consumi: le rilevazioni del 2014 e quelle del primo quadrimestre 2015 segnalano che la corsa al prodotto alimentare bio è in pieno sviluppo. In netta controtendenza rispetto al trend generale dei consumi degli ultimi anni.

Secondo i dati Nielsen (che verranno presentati questa mattina a Expo da Assobio presso il Teatro della Terra - Parco della Biodiversità), nel 2014 le vendite di alimentari biologici nella distribuzione moderna sono cresciute del 12% (contro il -0,7% del dato generale) a 737 milioni e del 16% nel primo quadrimestre (+1,1%). Se si considerano invece tutti i canali commerciali (negozi specializzati, food service e gli altri) allora le vendite 2014 balzano a 2,5 miliardi.

Negli ultimi cinque anni le vendite di bio nei canali iper e supermercati sono cresciute a due cifre, ma ancor oggi rappresentano appena il 2,5% della spesa alimentare complessiva. Si tratta comunque di 3,2 milioni di famiglie acquirenti abituali di bio su circa 18 totali. La spesa pro-capite degli italiani è di circa 40 euro.

Quale la motivazione dei consumatori di prodotti biologici (che costano di più di quelli standard)? Secondo Nicola De Carne di Nielsen la ricerca di soddisfare il piacere di mangiare genera la domanda di qualità. E in questo solco il 65% dei consumatori acquista prodotti Doc, Dope e Igp; il 56% consuma solo cibi italiani; il 34% sceglie spesso prodotti a km zero; il 20% punta spesso sui prodotti biologici. Inoltre il 47% dei consumatori acquista prodotti che costano più della media mentre

il 41% evita di scegliere quelli che costano poco.

Ma cosa acquistano i consumatori più fidelizzati al bio? Praticamente 15 prodotti coprono circa la metà delle vendite. E sono, nell'ordine: uova, confetture a base di frutta, panetti croccanti, bevande di soia e riso, pasta, piatti pronti, olio, biscotti, farine, yogurt, frutta e vegetali, omogeneizzati e yogurt magro.

Non è facile capire però quale sia la carta d'identità della fetta del 20% di bio-consumatori. Quelli più attivi Nielsen li concentra nelle fasce di 25-44 e di 55-64 anni; i consumatori a

maggiore hanno un titolo di studio più elevato, per lo più hanno in tasca una laurea o un diploma, e quindi un reddito più elevato. La maggioranza dei bio-consumatori sono occasionali (acquistano ogni 3 mesi) e saltuari (una volta al mese) ma è l'aumento della frequenza di acquisto a costituire il principale driver della crescita. Il 67% degli acquirenti è concentrato al Nord, ma il Centro sud esprime maggiori tassi di crescita.

Il biologico è un business per una filiera lunghissima: in Italia, sulla base del Sistema d'informazione sull'agricoltura

LA FILIERA

In Italia sono oltre 1,3 milioni gli ettari coltivati secondo il metodo biologico e più di 52 mila gli operatori certificati

biologica, risulta che gli operatori certificati siano oltre 52 mila. La distribuzione degli operatori sul territorio nazionale vede, come per gli anni passati, la Sicilia seguita dalla Calabria tra le regioni con maggiore presenza di aziende agricole biologiche; mentre per il numero di aziende di trasformazione impegnate nel settore la leadership spetta alla Toscana seguita da Emilia Romagna e Puglia.

La superficie coltivata secondo il metodo biologico, risulta pari a oltre 1,3 milioni di ettari, con un aumento complessivo nel 2013 del 12,8 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

2,5 miliardi

Vendite di cibo bio

Nel 2014 gli acquisti complessivi nei vari canali commerciali sono cresciuti del 12% a 2,5 miliardi. Nel primo quadrimestre e nel solo canale della distribuzione moderna la crescita è stata del 16%.

18 milioni

Famiglie consumatrici

Di queste si stima che 3 milioni siano clienti abituali (acquistano bio ogni settimana), 3,2 milioni saltuari (una volta al mese) e 12 milioni occasionali (ogni 3 mesi).

