

Economia & Finanza con Bloomberg

HOME

MACROECONOMIA

OSSERVA ITALIA

Come sono cambiati e come si evolvono i consumi degli italiani. Osservatorio in tempo reale sull'andamento delle vendite, dei prezzi e degli stili di vita. Giorno per giorno con numeri, persone, fatti e storie



HOME | LE STORIE | I TREND | STILI DI VITA | I MERCATI | DIRITTI E CONSUMI | EVENTI | ARCHIVIO

AFFARI & FINANZA

# La Gdo spinge sul biologico

CALCOLATORI

Il mercato oggi vale già 5 miliardi di euro, ma la crescita è vista in netta accelerazione. Paolo Carnemolla, presidente Federbio: "E' un cambio di stile di vita. Non si torna indietro"

LISTINO

PORTAFOGLIO

di MONICA ZUNINO

07 Novembre 2017

L'Italia è sempre più bio. Aumentano i consumi interni e l'export, le superfici coltivate e il numero di operatori e adesso anche la grande distribuzione ha abbracciato in pieno l'alimentare biologico spingendo la crescita. Un'escalation che non si è fermata neppure negli anni della crisi.

Il giro d'affari complessivo oggi vale 5 miliardi di euro, in crescita del 15%. Pesa 3 miliardi il mercato interno. E il 47% delle famiglie (secondo la survey dell'osservatorio Sana 2017) consuma bio almeno una volta alla settimana mentre il 78%, cioè 8 su 10, ha acquistato almeno una volta nell'ultimo anno un prodotto alimentare bio. Le esportazioni hanno raggiunto quota 2 miliardi di euro, pari al 5% dell'intero export agroalimentare nazionale.



0

I dati forniti da Federbio, la Federazione italiana agricoltura biologica e biodinamica, durante il convegno alle Fiere zootecniche di Cremona che ha fatto il punto su numeri e tendenze, confermano le dimensioni di un filone in continua

Cerca nel sito

CERCA

OSSERVA ITALIA

Il rapporto sui consumi  
 Un'iniziativa di Affari & Finanza  
 in collaborazione con Conad e Nielsen



AFFARI & FINANZA

A cura di  
 Luigi Gia e Paola Jadeluca

Hanno collaborato  
 Stefania Aoi, Christian Benna, Adriano Bonafede,  
 Stefano Carli, Vito de Ceglia, Luigi Dell'Olio, Silvano Di  
 Meo, Sibilla Di Palma, Marco Frojo, Walter Galbiati,  
 Mariano Mangia, Eugenio Occorsio

Segreteria Affari & Finanza  
 Stefano Fiori telefono 0649822539  
 e-mail stefano.fiori@repubblica.it  
 segreteria\_affari\_finanza@repubblica.it

Tweets by RepubblicaAF

espansione sia sul fronte della domanda che dell'offerta dei produttori. L'Italia detiene infatti il record europeo per superfici coltivate - 1, 8 milioni di ettari - e numero di operatori, cresciuti entrambi del 20% nel 2016. Oggi il 14,5% dei terreni agricoli in Italia è coltivato con metodi bio, sono 72 mila le aziende che producono senza usare sostanze chimiche di sintesi e altre 6 mila che fanno trasformazione. Un "peso" riconosciuto dalla legge appena approvata in commissione al Senato e in attesa di completare l'iter, che definisce l'agricoltura biologica settore di "importanza nazionale" e "a valenza sociale".

"Non è una questione di moda" sottolinea il presidente di **Federbio**, Paolo Carnemolla. "Siamo un pezzo della tendenza più generale che interessa dal cibo al mondo delle auto, la cosmesi, l'energia: è un cambiamento strutturale dello stile di vita, più rispettoso non solo della salute delle persone ma del pianeta. E su questo non si torna più indietro".

Dal 2008 la crescita complessiva del settore è a due cifre e per il 2017 si prevede ancora un incremento, grazie al fatto che il fenomeno bio ha contagiato anche le catene della grande distribuzione che oggi ne sono diventate il canale principale di vendita. Le cifre: fra luglio 2016 e giugno 2017 (dati Nielsen) le vendite di alimentari bio nel canale delle catene dei supermercati sono aumentate del 16% e la quota dell'"organic" sul totale delle vendite alimentari è salita al 3,5%. Inoltre il numero medio di referenze bio è aumentato del 29%. "La grande distribuzione ha iniziato a credere e investire anche nel prodotto a marchio molto più di prima - dice Carnemolla -, non esiste oggi catena che non abbia una sua linea a marchio bio. È la tendenza più nuova, che ha determinato un'accelerata del settore, insieme al fatto che stanno arrivando anche i grandi player dell'industria alimentare, e questo aumenta la disponibilità del prodotto e la promozione che era uno dei punti deboli".