

I dati Ismea relativi ai primi quattro mesi del 2011 segnalano un incremento dell'11,5 per cento rispetto allo stesso periodo

Prodotti biologici confezionati, continua il

Il polo produttivo nazionale è nel Mezzogiorno (52 per cento), ma il primato assoluto dei consumi

del 2010, che era stato un anno positivo

trend positivo

ni spetta al Nord (70 per cento)

I prodotti biologici entrano sempre più nelle case e nelle abitudini di consumo dei consumatori italiani. Un mercato in forte crescita, che aprono nuove prospettive anche per la produzione.

E' quanto risulta dall'esame delle recenti rilevazioni Ismea, l'Istituto servizi per il mercato agricolo. Pur essendo riferite al periodo del 2010, bevande (+13,9 per cento) e prodotti per la prima volta una crescita degli acquisti di prodotti biologici confezionati dell'11,5 per cento rispetto allo stesso periodo del 2010, confermando il trend registrato lo scorso anno (+11,6 per cento sul 2009).

A primeggiare nelle borse della biologica degli italiani sono i prodotti ortofrutticoli, seguiti dai latticini e dai prodotti per la prima colazione; significativo anche il peso delle bevande, uova e prodotti per l'infanzia.

commenta Paolo Carnemolla, presidente di FederBio - che continua a dimostrare quanto il comparto dell'agroalimentare. Ciò che ancora più vero se si considera la rilevazione Ismea riguarda solo i supermercati, la cui proposta di prodotti biologici, per quanto importante, è contenuta: negli oltre mille negozi del canale del dettaglio specializzato, che propongono ai consumatori soltanto prodotti biologici, con una gamma che supera le 4 mila referenze, l'andamento è ancora più brillante: la crescita è vicina al 20 per cento. I dati Ismea - continua il presidente di FederBio - hanno anche evidenziato una forte asimmetria tra produzione e consumo, che vede prevalere il Mezzogiorno come polo produttivo nazionale, con il 52 per cento di quota sul totale, e che assegna al Nord il primato assoluto dei consumi, con oltre il 70 per cento di incidenza sugli acquisti di prodotti biologici non solo in mense e agriturismi, anch'essi in costante crescita, ma anche in bar e ristoranti: sono già alcune centinaia quelli che hanno inserito prodotti biologici nella loro offerta. Si tratta di dati interessanti che mostrano come sempre più consumatori siano interessati alla qualità e alle garanzie di un

commenta Paolo Carnemolla, presidente di FederBio - che continua a dimostrare quanto il comparto dell'agroalimentare. Ciò che ancora più vero se si considera la rilevazione Ismea riguarda solo i supermercati, la cui proposta di prodotti biologici, per quanto importante, è contenuta: negli oltre mille negozi del canale del dettaglio specializzato, che propongono ai consumatori soltanto prodotti biologici, con una gamma che supera le 4 mila referenze, l'andamento è ancora più brillante: la crescita è vicina al 20 per cento. I dati Ismea - continua il presidente di FederBio - hanno anche evidenziato una forte asimmetria tra produzione e consumo, che vede prevalere il Mezzogiorno come polo produttivo nazionale, con il 52 per cento di quota sul totale, e che assegna al Nord il primato assoluto dei consumi, con oltre il 70 per cento di incidenza sugli acquisti di prodotti biologici non solo in mense e agriturismi, anch'essi in costante crescita, ma anche in bar e ristoranti: sono già alcune centinaia quelli che hanno inserito prodotti biologici nella loro offerta. Si tratta di dati interessanti che mostrano come sempre più consumatori siano interessati alla qualità e alle garanzie di un

Entrando nel dettaglio, i dati Ismea, attestano una crescita degli acquisti di prodotti biologici confezionati, attestano una crescita degli acquisti di prodotti biologici confezionati dell'11,5 per cento rispetto allo stesso periodo del 2010, confermando il trend registrato lo scorso anno (+11,6 per cento sul 2009).
secondo le rilevazioni dell'Ismea, sfiorando il 5 per cento di quota, mentre segnano il passo gli acquisti di prodotti per l'infanzia (-7,7 per cento), oli (-20,3 per cento), pane e sostituti (-11,3 per cento) e condimenti vari (-20,5 per cento).
A livello di singole referenze, le più presenti nel carrello degli italiani sono uova e latte fresco, con quote rispettivamente dell'8,5 e dell'8 per cento sulla spesa totale e incrementi su base annua del 7 e del 32 per cento.

(Paolo Borgognone)



Paolo Carnemolla

