

Consumi, bio in crescita: record per uova e yogurt, male pasta e olio

L'alimentare chiude il 2011 a -2%, ma i consumi di biologico contro tendenza fanno segnare un robusto +8,9%. La classifica dei prodotti bio preferiti.

Occhio al **bio**, perché è tra le poche cose che funzionano e vendono di più in questo periodo di **crisi**. I consumi segnano il passo e il raffreddamento oramai è tangibile anche nell'**alimentare tradizionale**: Ismea ha stimato al 2% il calo sul 2010.

Per converso il **biologico** conquista nuove **fette di mercato**: nel 2011 la crescita è stata dell'8,9%, inferiore a quella registrata tra il 2009 ed il 2010 (11,6%), ma che è da considerare comunque **sostenuta** in un periodo contrassegnato dall'emergere di tensioni e **affezioni** economiche senza precedenti per il nostro Paese.

In Italia il giro d'affari si attesta intorno a **1,5 miliardi di euro**, un risultato che ci colloca in quarta posizione nella **graduatoria** europea dei fatturati dopo Germania, Francia e Regno Unito. Tra i dati più interessanti prodotti da **Ismea** e proposti da **Cia** – la confederazione italiana agricoltori – quelli che sottolineano come il consumo di prodotti bio resti "**nordista**" (70%), ma con un crescente successo anche nel meridione: gli acquisti crescono nel Nord-Ovest (+12,5), meno nel Nord-Est (+2,4) e salgono dal 10 al **19% nel Centro-Sud**.

I dati paiono confermare che quella del prodotto bio non è più una **predilezione** soltanto elitaria e modaiola, figlia di emergenze momentanee o di nevrosi, ma una scelta sempre più **stabile** e condivisa anche da persone e famiglie con **stili di vita** "normali" e medi.

A contrassegnare la svolta è stata – come del resto è successo anche in altri Paesi prima che in Italia – la presenza sempre più massiccia di questo tipo di prodotti nell'offerta della **grande distribuzione organizzata**. In evidenza nella Gdo, facendo registrare nel 2011 i **tassi d'incremento** più alti sono stati, nell'ordine, **uova** (+21,4), latticini e formaggi (+16,2) con in prima fila **yogurt** (+27,5) e latte (+9,5).

Ma sono andati molto bene anche **biscotti**, dolci e snack (+16,1), vino (+16), mentre è stato fisiologicamente più contenuto l'aumento per l'**ortofrutta** fresca e trasformata (+3,4), essendo questa da tempo la categoria più **consumata**, con un peso sul totale del biologico confezionato pari a poco più del **30% in valore**. In questo segmento, comunque, sono notevoli gli incrementi di confetture e marmellate (+8,6) e delle **lattughe** (+31,7).

Interessanti anche le indicazioni riguardanti le decrescite: ad esempio quelle di **pasta**, riso e sostituti del pane (-3,2), con un bilancio particolarmente negativo per la **pasta** (-11%). Segno meno anche per l'**olio** (-18,6) e per la categoria zucchero, caffè e tè (-3,4).

«I dati diffusi da Ismea confermano un **trend** di spostamento dei consumi alimentari verso il biologico che ormai è consolidato, anche se con un andamento che nel primo trimestre del 2012 ci risulta in lieve **allentamento**» ha commentato **Paolo Carnemolla**, presidente di **FederBio**.

Secondo Carnemolla in questo periodo le performance del **canale specializzato** sono migliori rispetto a quelle registrate nella gdo. I dati contrastanti sull'andamento delle categorie secondo il presidente di Federbio segnalano invece «i limiti delle politiche attuate da molte catene della gdo nell'**assortimento** e nella gestione dei prodotti bio nei punti vendita, mentre la netta preferenza dei consumatori verso i prodotti "freschi" anche di origine **animale** conferma l'attenzione dei consumatori verso la salubrità dei prodotti e verso il **benessere animale**».

http://gogreen.virgilio.it/news/green-trends/consumi-bio-crescita-record-uova-yogurt-male-pasta-olio_6468.html