

Gestione completa delle apparecchiature elettroniche (RAEE) dismesse dalle aziende: dal ritiro alla gestione delle pratiche amministrative.



Redazione | Contatti | Partners
Pubblicità | Credits | Disclaimer

TERRACUBE www.terracube.it



strategia d'impresa | marketing&comunicazione | finanza agevolata | norme e tributi
web | tecnologia | risorse umane | internazionalizzazione | case history

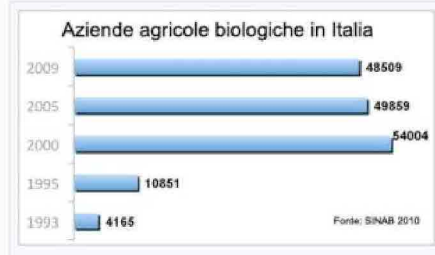
Parmalat:d

iscriviti alla Newsletter
iscritti
cancellati



Sei in: Home / Strategia di impresa

E' successo per il bio made in italy



Negli ultimi 20 anni, in Italia si è registrato un calo sostanziale della spesa media mensile delle famiglie in beni alimentari (alimenti incluse le bevande ed escluso il tabacco). Il calo è stato più spiccato tra il 1985 e il 1996 (a un tasso medio annuo di -2,23%), mentre è leggermente rallentato tra il 1997 e il 2004 (-0,51%).

Nello stesso arco temporale si è registrato un incremento graduale, ma pressoché continuo, della spesa dei pasti fuori casa (+0,93% il tasso medio annuo tra il 1985 e il 1996 e +1,27% tra il 1997 e il 2004).

Andamenti che in parte possono essere giustificati dai profondi cambiamenti che la società italiana ha attraversato in questo ventennio, come ad esempio il progressivo invecchiamento della popolazione che sta portando ad una crescente attenzione per alimenti light o l'incremento dei singles che ha spinto verso un'offerta più variegata di cibi monodose e precotti.

In questo contesto di cambiamenti e riduzione del peso della spesa alimentare emerge in chiara controtendenza il comparto biologico che, nonostante la crisi dei consumi in atto negli ultimi mesi, sta tenendo molto bene. Oggi questo settore raccoglie i frutti di un lavoro ventennale, trainato da una nuova voglia di bio da parte delle famiglie italiane.

"Nonostante la crisi - precisa Paolo Carnemolla Presidente di Federbio - il consumo di prodotti biologici sembra inarrestabile, nel 2010 le vendite sono aumentate e nella grande distribuzione dell'11,6% in un mercato alimentare che, nel suo complesso, segnava una perdita dell'1,6%"

Se analizziamo i dati comparandoli con gli anni precedenti, il trend di crescita risulta ancora più evidente: le vendite nel 2010 sono salite del +6,9% rispetto al 2009 e del +5,2% rispetto al 2008. Questo aumento ha riguardato la grande distribuzione e, ancora di più, i canali specializzati dove il comparto arriva oggi a contare un'offerta ampia di circa 4 mila referenze.

Secondo le ultime rilevazioni Ismea relative al periodo gennaio-febbraio 2011 indica ancora un trend positivo: +13% di spesa domestica per i prodotti biologici confezionati e +11,6% per i prodotti dell'ortofrutta fresca e sfusa.

Nella speciale classifica dei prodotti bio confezionati più venduti, un po' a sorpresa, troviamo l'uovo. Un alimento ricco di proteine, ideale da consumare in periodo di crisi in quanto più economico rispetto, ad esempio alla carne ed al pesce. E le famiglie italiane tendono a privilegiare un prodotto sicuro e sano, quello ottenuto da galline lasciate libere di circolare nei cortili delle aziende produttrici biologiche, sottoposte, a controlli ancora più frequenti e rigorosi rispetto alle aziende tradizionali.

Il giro d'affari complessivo del comparto sfiora oggi i 3 miliardi di euro, compreso l'export e

Gli articoli più letti

- Anziani di ieri e di oggi
- Marketing territoriale, un approccio moderno alla promozione del territorio
- Rugby, Golf e Snowboard: la rivincita degli sport minori

Tag Cloud

	Q1	Q2	Q3	Q4	TOT
Alimenti di consumo	1.228	1.204	1.117	1.300	5.850
Alcolici	127	131	128	128	514
Al. Elettrodomestici	347	1.029	1000	1.363	3.740
Al. Elettronici	212	227	405	452	1.300
Al. Tecnologie	897	727	718	957	3.299
Al. Altri	754	706	758	1.022	3.240
Al. Equipaggiamento	445	424	339	432	1.640
TOT	4.423	4.498	4.359	4.839	19.120

I nostri Partners

- IUS&WEB: portale di informazione giuridica
- WEBLEGAL
- Italian Chapter
- Business World: Portale per la Promozione della Cultura d'Impresa
- FrancoAngeli: Edizioni. La passione per le conoscenze
- SCiNT



Executive Temporary Management



L'Italia si configura come paese leader nelle esportazioni di prodotti Bio nel mondo, tra i primi per superficie di coltivazioni biologiche.

Le aziende operanti nel settore sono circa 48 mila, in calo rispetto alle circa 54 mila di qualche anno fa. Una contrazione che se da un lato segnala che alcune aziende hanno scelto di battere strade diverse rispetto al bio, dall'altro indica il consolidamento del mercato e delle realtà produttive che vi operano da diversi anni.

Tra queste ricordiamo ALMAVERDEBIO, consorzio di produttori nato 12 anni fa, che raggruppa circa 12 mila imprese. Renzo Piraccini, Presidente del Consorzio, conferma le importanti prospettive per gli operatori del comparto. *"Il bio è l'agricoltura del futuro, c'è ancora un mondo basato sulla vendita diretta, che è significativo soprattutto per i prodotti non deperibili, come il vino."*

Secondo le stime Almaverdebio il comparto del biologico che oggi ha una quota di mercato del 2% potrebbe salire fino al 10%, favorita anche da un cambiamento nelle scelte di acquisto alimentari, che per la verità, è già cominciato. Non è un caso che il biologico abbia fatto il suo ingresso nelle mense di molte scuole e che i consumatori leggano con più attenzione le etichette dei prodotti che acquistano. Altra leva rilevante per l'espansione del comparto è il prezzo: nella comparazione tra prodotti tradizionali e biologici, questi ultimi non si evidenziano per prezzi di gran lunga superiori, diventando alla portata di più persone.

Il bio oggi è acquistato non solo da chi ha un reddito elevato (il 28,2% ha un reddito inferiore alla media nazionale, contro il 39,7% che lo ha superiore) o un livello di istruzione più alto (il 53,8% ha un diploma contro il 33,7% che ha conseguito la laurea). Ma, a sorpresa, anche dalle famiglie più tradizionali, quelle che, per intenderci, sono composte da 4 e più persone e vivono gli effetti della crisi con maggiore preoccupazione. Segno che l'importanza della salute sta diventando un fattore di scelta degli acquisti trasversale.

Tieniti sempre aggiornato con la nostra Newsletter 

[\[vai all'archivio\]](#)

I commenti degli utenti

Non ci sono commenti.

[\[lascia un commento\]](#)

Nome (*)	<input type="text"/>
Email (*)	<input type="text"/>
Oggetto (*)	<input type="text"/>
Commento (*)	<input type="text"/>
Codice invio (*)	<input type="text"/>

* campi obbligatori. L'email non verrà pubblicata.

[Commenta](#)

[campagna on line](#) | [scrivi alla redazione](#) | [contatti](#) | [partners](#) | [credits](#) | [disclaimer](#)

Email del destinatario:

Il tuo nome: