

focus

Il "Bio" corre senza sconti e tiene a galla il settore cibo e bevande

Vito de Ceglia
a pagina 22

focus consumi

Il "Bio" corre anche senza sconti e tiene a galla l'intero food&beverage

SEBBENE IL SEGMENTO ABBAIA BENEFICIATO DI MINORI PROMOZIONI, IL 2017 È STATO UN ANNO D'ORO PER GLI ALIMENTI NATURALI IN IPER (+14%) E SUPER MERCATI (+18%) MENTRE LA GENERALE CATEGORIA DI CIBO E BEVANDE HA FATTO +2,8%. E LA MARCIA PROSEGUE

Vito de Ceglia

Milano

Il biologico cresce ancora e si consolida tra le abitudini d'acquisto degli italiani. A confermarlo sono tutti i principali indicatori di mercato che prevedono per il 2018 un "nuovo" incremento a doppia cifra dopo la positiva performance registrata nel 2017: oltre 5 miliardi di euro di fatturato, di cui 3,5 miliardi realizzati nel mercato domestico (+15% rispetto al 2016 e +153% rispetto al 2008). E 2,1 miliardi nell'export che raggiunge un peso del 5% (+16% rispetto al 2015, +408% rispetto al 2008) sul totale delle esportazioni agroalimentari italiane (la cui crescita rispetto al 2008 si ferma al +45%). Il settore conta su 80 mila imprese, occupa 280 mila occupati e interessa oltre 1,8 milioni di ettari, che pesano per il 14,5% della superficie agricola totale. Ma il 2017 è stato soprattutto l'anno del boom dei prodotti biologici nella Gdo (+16,6%, giro di affari di 1 miliardo e 451 milioni), con un +14% di vendite negli ipermercati e un +18% nei supermercati. Si tratta di un balzo importante — soprattutto se confrontato alla crescita

assai più limitata dell'intera categoria food&beverage (+2,8%) — nonostante una pressione promozionale inferiore del bio (media 21%) rispetto all'alimentare convenzionale (media 31%). La crescita è confermata — riporta Nielsen — nei primi 5 mesi del 2018 (vendite a +10,5% rispetto al +2,8% dell'alimentare nel suo complesso), con il biologico che entra ormai ogni settimana nel carrello di 6,5 milioni di famiglie (26% del totale). «Stiamo assistendo ad una crescita a doppia velocità nel mercato bio: i negozi specializzati registrano per la prima volta un segno meno del giro di affari, mentre le insegne della Gdo riportano un importante incremento delle vendite — spiega Silvia Zucconi, responsabile market intelligence & consumer insight di Nomisma —. In sostanza, sta cambiando lo scenario competitivo a fronte di una modifica degli assortimenti alla scaffale e un incremento delle referenze nella Gdo. Per questi motivi, il consumatore oggi trova più comodo e spesso più conveniente comprare un prodotto bio al supermercato piuttosto che in un negozio specializzato». Non solo, food&beverage. Segnali interessanti arrivano anche sul fronte della cosmesi e dei prodotti per la cura del corpo. Settore che — secondo il Beauty Report 2018, curato da Cosmetics Italia ed Ermeneia — vale complessivamente quasi 11 miliardi di euro (+3,9% rispetto al 2016), con una crescita stimata per il 2018 al

4,5%. In questo mercato, le vendite di prodotti cosmetici a connotazione naturale pesano 1 miliardo di euro, di cui 440 milioni realizzati dal canale delle erboristerie che rappresenta il 4,4% dei consumi totali, in crescita dell'1% sull'anno precedente.

Chi consuma bio in Italia.

Nel 2017 il 78% delle famiglie italiane ha acquistato in almeno un'occasione un prodotto bio e solo nell'ultimo anno, il numero di famiglie acquirenti è cresciuto di 1 milione a conferma del fatto che l'Italia ha ormai abbracciato il biologico come "filosofia di consumo". I numeri di Nomisma evidenziano inoltre che il 47% degli italiani consuma biologico almeno una volta a settimana. Percentuale che sale ulteriormente nelle famiglie con figli sotto i 12 anni (56%) e tra vegetariani e vegani (67%). Chi acquista bio pone grande attenzione all'origine dei prodotti (il 76% ritiene tale attributo molto importante nelle scelte) e al packaging eco-sostenibile (60%). Un quinto delle famiglie investe in media



**IL MERCATO**

Il 60% della distribuzione del biologico si concentra nel Nord d'Italia, segue il Centro con il 23% e il Sud con il 17%. Nuovi prodotti e macchinari saranno in mostra al Salone Sana in programma dal 7 al 10 settembre a Bologna. Si parlerà anche dei nuovi trend