

Puoi ritrovare quest'articolo alla pagina: <http://www.newsfood.com/q/d59933dc/i/>

AGRICOLTURA BIOLOGICA

Agricoltura biologica

Frutta, ortaggi, pane, pasta e uova trainano i consumi "bio"

Così l'agricoltura naturale non conosce crisi e "conquista" le famiglie italiane

© CIA.it - 08/09/2009



In occasione del Sana di Bologna, la [Cia](#) e la sua associazione dell'[agricoltura biologica](#) Anabio mettono in risalto i significativi risultati ottenuti lo scorso anno nelle vendite del settore (più 5,4 per cento). Trend positivo che è proseguito anche nel primo semestre del 2009 (più 4-5 per cento). Un andamento certamente migliore rispetto a quello registrato dai prodotti agricoli e alimentari tradizionali.

Frutta, ortaggi, pane, pasta, uova, olio e miele tirano la volata dei consumi di prodotti biologici che, a differenza di quelli dell'agricoltura tradizionale, non hanno risentito minimamente della crisi, non perdendo così l'appeal tra i consumatori. Anzi, vengono conquistati nuovi estimatori fra le famiglie italiane. Nel 2008 si è registrata una crescita nelle vendite domestiche, in termini monetari, del 5,4 per cento rispetto l'anno precedente.

Trend che è proseguito anche nel primo semestre del 2009 che, secondo i primi dati ancora provvisori, segna un aumento tra il 4 e il 5 per cento. E' quanto rileva la [Cia](#)-Confederazione italiana agricoltori in occasione del Sana di Bologna (il Salone del naturale), in programma dal 10 al 13 settembre prossimi, e al quale parteciperà insieme con la sua associazione per l'[agricoltura biologica](#) Anabio. Indubbiamente, siamo in presenza - avverte la [Cia](#), anche sulla base delle ultime rilevazioni dell'Ismea-Nielsen - di un risultato soddisfacente per il comparto, anche se meno positivo rispetto al più 10,2 per cento riscontrato nel 2007.

Tuttavia, è un dato migliore rispetto all'andamento complessivo dei consumi agroalimentari, inclusi i prodotti convenzionali, che l'anno scorso sono cresciuti, sempre in termini monetari, del 4,4 per cento, mentre sono rimasti pressoché stabili sotto il profilo della quantità. Gli incrementi maggiori di crescita si rilevano per l'ortofrutta fresca e trasformata (più 20 circa rispetto al 2007), per i prodotti per l'infanzia (più 16 per cento) e per pane, pasta, riso e uova, che su base annua hanno fatto segnare un aumento superiore al 14 per cento. Meno consistente è risultata, invece, la crescita della spesa domestica per l'acquisto di bevande biologiche (più 2,7 per cento) e dei prodotti lattiero-caseari (più 1,5 per cento).

Mentre, in controtendenza, registrano una battuta d'arresto i prodotti della prima colazione (caffè, tè, biscotti, dolciumi), in calo del 14 per cento su base annua. E', comunque, l'unico segmento "bio" con il segno negativo. Bene anche gli oli, soprattutto quelli extravergine d'oliva, che hanno avuto un aumento del 7,1 per cento e il miele (più 7,5 per cento). Trend simile per i gelati e i surgelati che, secondo Ismea-Nielsen, sono cresciuti del 10 per cento. Pressoché invariata la distribuzione della spesa per singole categorie: i prodotti lattiero-caseari si sono attestati al 20 per cento del totale, seguiti dall'ortofrutta, al 19,5 per cento e dai prodotti della prima colazione (14 per cento).

Categorie che, in pratica, raggiungono un'incidenza di oltre il 50 per cento del complesso degli acquisti "bio" nel nostro Paese. Rispetto alla distribuzione territoriale, i dati del 2008 confermano la forte concentrazione degli acquisti di prodotti biologici nelle regioni settentrionali, con percentuali del 44,1 per cento nel Nord-Ovest e del 27,2 per cento nel Nord-Est. Un altro 19,7 per cento fa riferimento alle regioni centrali, inclusa la Sardegna, mentre il Mezzogiorno copre il restante 9 per cento di quota. La crescita più sostenuta, rispetto al 2007, si è registrata al Centro-Sud, in particolare nel Mezzogiorno (più 12,3 per cento) e in misura minore nel Centro e Sardegna (più 8,5 per cento).

In aumento i consumi bio anche nelle regioni del Nord-Ovest (più 6,8 per cento), a fronte di una flessione dello 0,8 per cento registrata nel Nord-Est. Per quanto riguarda la distribuzione, si evidenzia una crescita della spesa di oltre il 5 per cento presso gli iper e i supermercati. Più rilevante l'incremento registrato nei negozi tradizionali (più 17,3 per cento) e negli hard discount (più 45,9 per cento), canali che rivestono un ruolo comunque limitato nel biologico, mentre si riduce del 25 per cento la spesa nelle "superette". Nella lista dei prodotti "bio" più acquistati dalle famiglie italiane figurano - conclude la [Cia](#) - in testa le uova (7,7 per cento del totale), seguite da latte fresco (7,2 per cento) e yogurt (7,0 per cento). Nella classifica figurano, inoltre, le bevande alla soia (5,4 per cento), gli omogeneizzati (4,4 per cento), succhi di frutta (4,1 per cento), oli di oliva (3,8 per cento), pasta di semola e miele (3,7 per cento).

I consumi di prodotti "bio" in Italia nel 2008 (dati in valore)

Prodotti

Var. % su 2007

Lattiero caseari

1,5

Ortofrutta fresca e trasformata

19,8

Prodotti prima colazione

-13,8

Bevande

2,7

Pane e sostituti, pasta e riso

©2009 Editrice Taro - P.IVA 01873460065 - 15100 Alessandria [Contatti]

