

Come di consueto, in occasione di Sana, manifestazione di riferimento per il comparto del biologico, è stato presentato l'Osservatorio Sana, promosso da BolognaFiere e curato da Nomisma, con il patrocinio di Federbio e Assobio e il sostegno di ICE. I dati raccolti in questa edizione confermano il buon andamento del comparto.

Nel 2018 il settore ha continuato il suo cammino di crescita. Infatti, le vendite di prodotti alimentari biologici in tutte le tipologie di canali (distribuzione moderna, negozi specializzati in prodotti bio, piccoli negozi di vicinato, ristorazione commerciale e collettiva, mercatini, ecc.) hanno raggiunto complessivamente 4.089 milioni di euro, segnando un +5,3% rispetto al 2017 (a parità di perimetro sui canali di vendita analizzati) e con una crescita nell'ultimo decennio pari al 171%. In effetti, nel 2018, l'86% degli italiani ha avuto almeno una occasione di acquisto di un prodotto biologico e il 51% afferma di consumare alimenti biologici almeno una volta a settimana.

Anche all'estero il bio italiano piace: l'export di questa famiglia di prodotti agroalimentari italiani ha sfiorato 2,3 miliardi di euro nel 2018, registrando una crescita del 10% rispetto al 2017 e raggiungendo un ruolo rilevante nel paniere dei prodotti Made in Italy (5,5% sull'export agroalimentare italiano totale).

## Biologico è bello, anche nel "sottozero"

**OSSERVATORIO SANA • Il "bio" cresce anche nel comparto dei surgelati, sebbene questa categoria abbia ancora un peso marginale. Bene soprattutto i vegetali, le erbe aromatiche e i gelati**



### PERCHÉ BIO?

Le ragioni di questa crescita sono principalmente salutistiche e ambientali, complice anche la crescente sensibilità nei confronti di tematiche quali sostenibilità, sicurezza e salvaguardia dell'ecosistema. Gli italiani scelgono i prodotti biologici perché esprimono valori per loro significativi: perché sono prodotti salutari/fanno bene (52%), perché offrono maggiori garanzie di sicurezza e qualità (47%), perché rispettano l'ambiente e inquinano meno (26%).

Ormai i prodotti bio hanno una diffusione capillare in tutti i canali distributivi, a riprova che per il consumatore avere prodotti bio sugli scaffali dei negozi è sempre di più un pre-requisito.

Ne sono una testimonianza gli assortimenti della GDO: nel 2018 sono 4.323 le referenze bio proposte da tutte le insegne della grande distribuzione, +28% rispetto al solo anno precedente. Il numero medio di referenze per punto vendita si attesta a 161 unità (Fonte: Bio Bank).

Anche la crescita delle vendite segue di pari passo: i prodotti a peso imposto venduti nella distribuzione moderna (Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Discount) hanno generato vendite pari a 1,658 miliardi (anno terminante Giugno 2019, fonte: Nielsen), con un incremento del +5,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Cresce anche il peso del bio sul carrello alimentare: oggi è pari al 3,7% (nel 2000 era 0,7% - fonte: Nielsen).

### BIO E SURGELATI

Il comparto dei surgelati rispecchia, e in meglio, l'andamento del biologico in generale. Sempre secondo i dati raccolti da Nomisma per l'Osservatorio Sana, negli ultimi 12 mesi le vendite di gelati e surgelati biologici sono cre-

sciute del 5,1%, registrando una performance addirittura più positiva rispetto al paniere bio nel complesso (+4,6%, canale iper + super). I surgelati, però, rappresentano ancora una categoria "residuale" del mondo del biologico, rappresentando solo il 2% delle vendite di iper e super.

Il 44% delle vendite dei prodotti surgelati biologici sono da ricondursi ai vegetali surgelati, che negli ultimi 12 mesi hanno generato un giro di affari di oltre 11 milioni di euro. Importante anche il peso ricoperto sul mercato del freddo bio dalle vendite di pizze e snack (17%) e dalle piante aromatiche/soffritti (16%)

Tra i segmenti meglio performanti nel reparto freddo biologico ci sono proprio gli aromi surgelati - in crescita dell'11% negli ultimi 12 mesi (AT Giu 2019 vs AT Giu 2018), i surgelati vegetali (+9%) e la frutta (+7%). In crescita anche i gelati biologici: in aumento del 12% nel formato vaschette e del 40% nel multipack.

### Being bio is cool, also in the frozen food sector

Osservatorio Sana - Organic products are growing also in the frozen food segment, although this category has still had a marginal weight. Good trends for vegetables, herbs and ice-cream.