

I consumi domestici di prodotti biologici nel primo semestre 2009

L'andamento in termini di valore

Secondo i dati provenienti dal panel di famiglie italiane Ismea/Nielsen, gli acquisti domestici di prodotti biologici confezionati sono aumentati in termini monetari del 7,4%¹ nel primo semestre del 2009, registrando quindi un incremento superiore a quello rilevato nel 2008 (+5,4%).

Continua quindi il buon andamento del comparto biologico, nonostante il perdurare della crisi economica e considerato anche l'andamento dei consumi alimentari nel loro complesso, rimasti sostanzialmente stabili in valore nel primo semestre 2009.

Il *trend* in termini monetari della prima metà dell'anno in corso discende dai forti aumenti fatti registrare da alcune delle principali categorie di prodotti biologici (Tabella 1).

Tabella 1 - Andamento dei consumi domestici di prodotti biologici confezionati in Italia nel primo semestre 2009

(% calcolate sui dati in valore)

	Var. % '09/08*	Quota comparto/ totale bio
Ortofrutta fresca e trasformata	37,8%	25,2%
Lattiero caseari	-3,9%	17,8%
Prodotti prima colazione	-2,8%	12,2%
Bevande	11,6%	10,0%
Uova	24,3%	8,3%
Pane e sostituti, pasta e riso	-12,8%	7,1%
Prodotti per l'infanzia	-18,2%	4,8%
Olii	1,8%	3,9%
Miele	10,4%	3,6%
Gelati e surgelati	7,1%	2,4%
Altri prodotti	-2,0%	4,7%
Totale prodotti biologici	7,4%	100,0%

* Primo semestre 2009 su pari periodo 2008

Fonte: Ismea/Nielsen

¹ Gli acquisti in quantità sono invece cresciuti dell'8,5%.



In forte crescita risultano in particolare l'ortofrutta fresca e trasformata (+38% circa), trainata dal consistente incremento di frutta e ortaggi freschi², ma anche dal notevole rialzo degli acquisti di confetture.

In buona crescita risultano anche le uova (+24%) e le bevande (alcoliche e non alcoliche, +11,6%), tra cui spiccano i forti incrementi dei succhi di frutta, della birra e del vino.

In flessione del 3-4% risultano invece gli acquisti di lattiero-caseari e di prodotti della prima colazione (caffè, tè, biscotti, dolci, ecc.), comparto quest'ultimo che aveva già negli anni scorsi mostrato, in controtendenza rispetto al dato generale, segnali di cedimento.

Perdono terreno rispetto al primo semestre del 2008 anche i prodotti per l'infanzia (-18,2%) e l'aggregato pane, pasta, e riso (-13% circa)³.

In discreta crescita risultano invece gli acquisti in valore di miele (+10,4%) e di gelati e surgelati (+7,1%)

Nonostante si siano riscontrate le variazioni descritte, la distribuzione della spesa è rimasta simile a quella degli ultimi anni: le prime tre categorie in ordine di importanza coprono oltre il 55% del totale acquisti, a dimostrazione di un'abbastanza forte concentrazione dei consumi.

Nel primo semestre 2009 è l'ortofrutta fresca e trasformata a costituire la categoria a maggior consumo con un peso del 25,2%, seguita dai prodotti lattiero caseari con quasi il 18% e dall'aggregato dei prodotti della prima colazione con il 12,2% (Tabella 1).

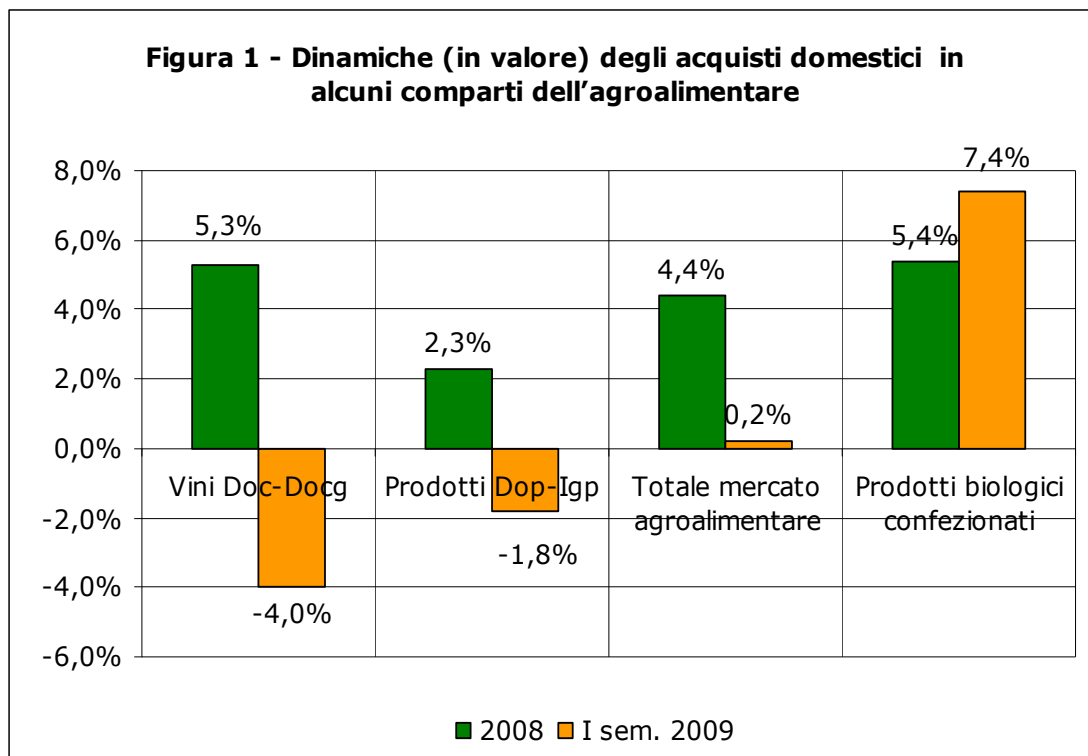
L'incremento degli acquisti di prodotti bio nel primo semestre 2009 acquisisce una valenza maggiore se si inquadra in un ambito più ampio che è quello dei consumi alimentari nel complesso e degli altri prodotti a qualità certificata.

Nel 2008 il comparto bio aveva registrato *performance* più favorevoli rispetto a tutti i comparti esaminati, anche in un contesto economico non positivo. Lo stesso orientamento si sta verificando e rafforzando anche nel 2009, i cui primi sei mesi evidenziano, come si osserva dalla Figura 1, un peggioramento rispetto all'anno precedente in tutti i comparti ad eccezione di quello bio, che rimane il settore in cui si registrano gli incrementi decisamente più elevati e le *performance* più favorevoli. In particolare dalla Figura si nota che per i prodotti a denominazione di origine la tendenza del primo semestre dell'anno in corso è negativa, mentre sostanzialmente stabile è per l'agroalimentare nel complesso.

² Da un'altra rilevazione Ismea/Nielsen sulla sola ortofrutta fresca (non trasformata) e sfusa risulta un aumento più contenuto (+6,7%) rispetto a quello dell'ortofrutta fresca confezionata, che ha registrato nel primo semestre 2009 rialzi abbastanza rilevanti.

³ Tale andamento dipende però esclusivamente dal trend negativo di pane e pasta di semola, mentre il riso registra un incremento degli acquisti.

Figura 1 - Dinamiche (in valore) degli acquisti domestici in alcuni comparti dell'agroalimentare



Fonte: Ismea/Nielsen

I consumi per area geografica

Analizzando gli acquisti di biologico confezionato per area geografica, si nota come il consumo domestico di prodotti bio nel primo semestre 2009 si sia concentrato maggiormente, come negli anni passati, nelle regioni settentrionali del paese (Nord Ovest 43,8%, Nord Est 28,0%), mentre il Centro e la Sardegna (20,4%) e in particolare il Sud e la Sicilia (7,8%) rivestono ancora un peso minore. Rispetto ai primi sei mesi del 2008, inoltre, ha guadagnato quote di mercato in modo particolare il Nord Est, mentre perdono terreno esclusivamente le aree del Sud e della Sicilia.

Tali tendenze dipendono dalle diverse dinamiche che hanno interessato gli acquisti nella prima metà del 2009. I *trend* dell'anno in corso, infatti, evidenziano da un lato la crescita più sostenuta dei consumi nel Nord Est (+12% circa), e in misura minore (intorno all'8%) nel Nord Ovest e nel Centro e nella Sardegna.

Dall'altro lato si evidenzia invece un forte calo, anche se in associazione a valori di mercato ancora contenuti, nel Sud e nella Sicilia (-10,7%, Tabella 2) che accentua ancora di più il divario tra le aree centro-settentrionali e meridionali in termini di consumi.

Tabella 2 - I consumi domestici di prodotti bio confezionati in Italia nel primo semestre 2009 per area geografica

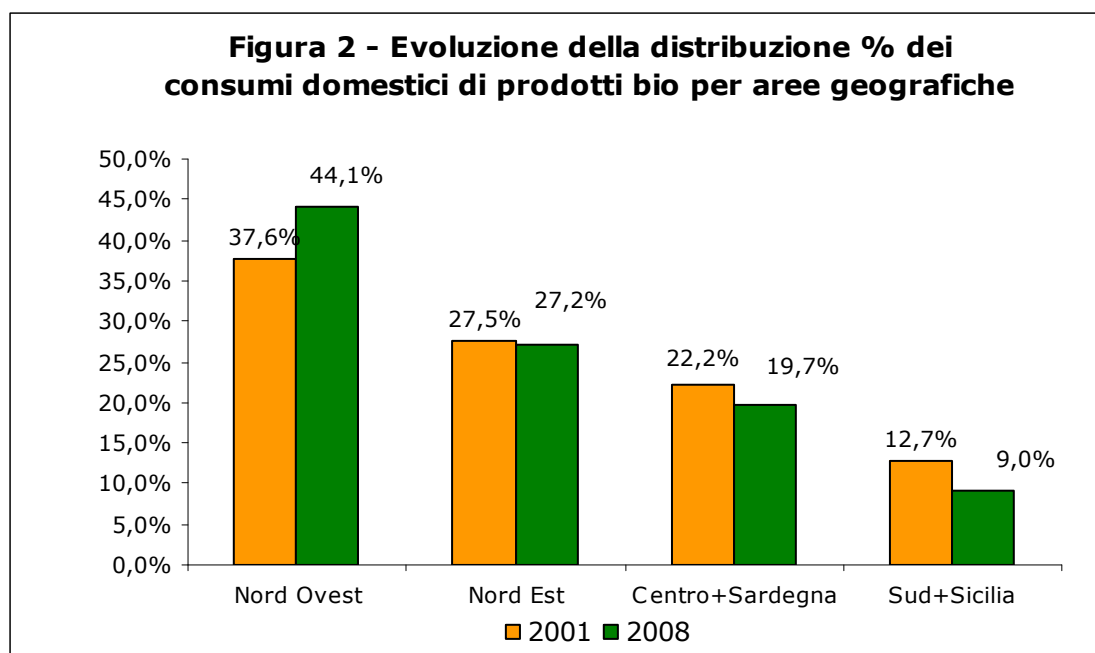
(% calcolate sui dati in valore)

	Var. % '09/08*	Quota su totale Italia
Nord Ovest	7,9%	43,8%
Nord Est	11,9%	28,0%
Centro+Sardegna	8,5%	20,4%
Sud+Sicilia	-10,7%	7,8%
Totale Italia	7,4%	100,0%

* Primo semestre 2009 su pari periodo 2008

Fonte: Ismea/Nielsen

Del resto, effettuando un confronto tra la suddivisione degli acquisti di bio confezionato per area geografica tra l'inizio degli anni duemila e il 2008, si nota che lo sbilanciamento dei consumi tra Nord Italia e resto del paese si è accentuato in questo arco di tempo (Figura 2).



Nota: percentuali calcolate sui valori

Fonte: Ismea/ACNielsen

In particolare il Nord ha guadagnato oltre 6 punti⁴, mentre il Centro e la Sardegna ne hanno persi 2,5 nel periodo considerato. Più ampia è invece la perdita per il Sud e la Sicilia (-3,7 punti).

Permane quindi ancora lo squilibrio tra luoghi di produzione e luoghi di consumo, caratteristica storica e tipica del biologico italiano.

⁴ Grazie però esclusivamente al Nord Ovest, mentre il Nord Est è rimasto sostanzialmente stabile.

L'andamento per canale distributivo

L'andamento nel primo semestre 2009 dei consumi distinto per canale distributivo evidenzia una crescita delle vendite in quasi tutti i canali monitorati⁵(Tabella 3).

Tabella 3 - Andamento dei consumi domestici di bio confezionato in alcuni canali distributivi nel I semestre 2009

(var. % calcolata sui dati in valore)

	Var. % '09/'08*
Supermercati	5,4%
Ipermercati	13,5%
Negozi tradizionali	-40,9%
Superette	39,7%
Hard Discount	15,7%
Altri canali	-8,9%

* Primo semestre 2009 su pari periodo 2008

Fonte: Ismea/Nielsen

Continua la crescita dei consumi di biologico negli iper e supermercati, con un andamento ancora una volta migliore dei primi rispetto ai secondi (+13,5% contro +5,4%).

Un incremento notevole si registra nelle *superette*, a cui si è contrapposto un calo pressoché della stessa entità nei negozi tradizionali, sebbene tali variazioni in entrambi i canali siano associate a livelli di acquisto modesti.

Crescono invece i consumi nei *discount* (+16% circa), anche se anch'essi rivestono un ruolo ancora limitato nell'ambito del biologico.

I principali prodotti bio acquistati

Analizzando i singoli prodotti confezionati⁶ acquistati dal consumatore con marchio bio monitorati dall'Ismea, si nota, come emergeva anche negli scorsi anni, che i primi cinque in ordine di valore rappresentavano nel primo semestre 2009 il 30% del totale degli acquisti biologici, mentre i primi dieci costituivano quasi il 46% della spesa complessiva. Permane dunque ancora una forte concentrazione degli acquisti su pochi prodotti, anche se il fenomeno è in diminuzione rispetto al 2008.

Il prodotto bio più consumato in termini monetari nella prima metà del 2009 è ancora rappresentato dalle uova (Tabella 4), grazie anche al buon incremento registrato rispetto al primo semestre 2008 (+24,3%). Le uova inoltre presentano un peso sul valore totale dei consumi domestici di bio confezionato pari ad oltre l'8%.

⁵ Non sono però rilevati gli acquisti nei negozi specializzati.

⁶ Nell'analisi non sono inclusi i singoli prodotti ortofrutticoli per i quali, riguardo al prodotto confezionato, la banca dati Ismea/Nielsen presenta soltanto due voci aggregate, "Frutta fresca" e "Ortaggi freschi". Nel prosieguo dell'analisi, tuttavia, si fornirà un dettaglio dell'andamento dei consumi dei principali prodotti bio ortofrutticoli sfusi.

Tabella 4 - I primi venti prodotti bio confezionati per consumi domestici in valore in Italia nel primo semestre 2009

(% calcolate sui dati in valore)

	Var. % '09/08*	Quota prodotto/ totale bio
Uova	24,3%	8,3%
Latte fresco	3,2%	6,6%
Yogurt	-17,6%	5,7%
Bevande alla frutta	27,1%	4,9%
Bevande alla soia	-7,1%	4,5%
Miele	10,4%	3,6%
Omogeneizzati	-25,1%	3,4%
Pasta di semola	-13,0%	3,3%
Olio di oliva	-4,0%	2,8%
Confetture	173,0%	2,7%
Cereali preparati	21,2%	2,2%
Latte Uht	-2,2%	2,0%
Biscotti frollini	-15,5%	1,5%
Brioche	7,1%	1,2%
Cereali infanzia	-0,6%	1,1%
Pomodori polpa	40,2%	1,1%
Aceto	-13,5%	1,1%
Crackers	19,2%	1,1%
Infusi + karkadè	-37,5%	1,1%
Olio di semi	21,7%	1,0%

Nota: nella graduatoria sopra riportata non sono inclusi i singoli prodotti ortofrutticoli in quanto per il prodotto confezionato la banca dati Ismea/Nielsen presenta soltanto delle voci aggregate relative a frutta e ortaggi

** Primo semestre 2009 su pari periodo 2008*

Fonte: Ismea/Nielsen

In seconda posizione figura il latte fresco, con un'incidenza sul totale di poco superiore al 6,5% e che ha registrato nel corso del 2009 una crescita degli acquisti del 3,2%. Inferiore è il livello degli acquisti complessivi dello yogurt, terzo in graduatoria, che incide sul totale delle vendite biologiche nella misura del 5,7%. I consumi di yogurt bio, inoltre, nei primi sei mesi dell'anno in corso sono diminuiti di ben il 17,6%.

Seguono le bevande (sia alla frutta che alla soia), che presentano un peso simile sul totale degli acquisti di bio confezionato (superiore o uguale al 4,5%) ma mostrano un *trend* ben diverso: in forte crescita quello delle bevande alla frutta (+27%), in calo (-7%) quello delle bevande alla soia, che già nel 2008 avevano registrato un andamento poco dinamico.

Gli altri prodotti posizionati più in basso nella graduatoria presentano andamenti molto diversificati. Non sono mancati prodotti che hanno segnato flessioni degli acquisti anche importanti, come gli omogeneizzati, la pasta di semola, i biscotti frollini (Tabella 4). Crescono invece in modo importante gli acquisti di confetture, ma anche di cereali preparati e miele.

I principali ortofrutticoli bio freschi e sfusi

Nell'ambito del Panel Ismea/Nielsen sono monitorati anche i prodotti bio ortofrutticoli freschi e sfusi, per i quali è possibile identificare anche la suddivisione degli acquisti per singolo prodotto⁷.

Per quanto riguarda gli ortaggi bio, occorre innanzitutto evidenziare come i relativi acquisti domestici dei prodotti freschi e sfusi siano cresciuti nei primi sei mesi 2009 del 2,6% rispetto al pari periodo 2008.

Analizzando l'andamento dei consumi dei prodotti più acquistati nel semestre, si nota che nell'ambito dei primi dieci prodotti tutti presentano degli interessanti tassi di crescita, ad eccezione degli asparagi e delle insalate trevisane, che mostrano una leggera flessione.

In discreta crescita risultano i carciofi (+13% circa), gli spinaci (+10,4%) e le carote (+8,8%), mentre relativamente meno forti risultano gli incrementi per cetrioli, pomodori e verze (Tabella 5). Più limitati gli incrementi per il radicchio e le lattughe.

Tabella 5 - Andamento dei consumi domestici di alcuni prodotti orticoli bio freschi in Italia nel primo semestre 2009

(dati relativi al prodotto sfuso, % calcolate sui dati in valore)

	Var. % '09/08*
Asparagi	-0,9%
Carciofi	12,8%
Carote	8,8%
Cetrioli	5,8%
Insalata trevisana	-0,5%
Lattughe	2,3%
Pomodori	4,2%
Radicchio	2,6%
Spinaci	10,4%
Verza	4,7%

** Primo semestre 2009 su pari periodo 2008*

Fonte: Ismea/Nielsen

In riferimento alla frutta bio, nella prima metà dell'anno in corso i relativi consumi in valore sono cresciuti del 7%.

Nel primo semestre 2009 la maggioranza dei prodotti monitorati ha segnato un incremento degli acquisti rispetto ai primi sei mesi del 2008. Crescono in modo particolare gli acquisti di ciliegie e in misura minore di clementine e kiwi (+21,1 e +16,7 per cento rispettivamente). In aumento anche i consumi di fragole (+7,8%), banane (+6,4%) e mele (+2,9%).

⁷ Tale dettaglio non era invece disponibile per l'ortofrutta fresca confezionata.

Tra le flessioni degli acquisti, si registra in particolare il calo di limoni e albicocche (-14,4% e -10,3% rispettivamente) e in misura molto più contenuta di pere (-3,4%) e arance (-0,9%).

Tabella 6 - Andamento dei consumi domestici di alcuni prodotti frutticoli bio freschi in Italia nel primo semestre 2009

(dati relativi al prodotto sfuso, % calcolate sui dati in valore)

	Var. % '09/08*
Albicocche	-10,3%
Arance	-0,9%
Banane	6,4%
Ciliegie	64,6%
Clementine	21,1%
Fragole	7,8%
Kiwi	16,7%
Limoni	-14,4%
Mele	2,9%
Pere	-3,4%

* Primo semestre 2009 su pari periodo 2008

Fonte: Ismea/Nielsen



Direzione Mercati e Supporto alle Decisioni
Redazione a cura di: Enrico De Ruvo
e-mail: e.deruvo@isma.it