

# La pandemia mette il turbo al biologico Boom di vendite online: +150% nel 2020

Indagini elaborate da Nielsen con il contributo di AssoBio

A tavola gli italiani sono sempre più attenti alla salute e alla sostenibilità  
La Gdo riconosce valore al settore e aumenta l'assortimento dei prodotti

di **Giuseppe Catapano**  
BOLOGNA

**La costante** è il segno più, in ogni canale. Il bio cresce, con un vero e proprio boom di vendite online: +150% nel 2020. Un trend sul quale ha un peso anche la pandemia, che ha avuto – e ha ancora – conseguenze sulle abitudini alimentari degli italiani, a tavola sono sempre più attenti alla salute e alla sostenibilità. Ed ecco che, in particolare durante il lockdown, i consumatori hanno compiuto scelte più salutari orientandosi verso cibi biologici e biodinamici.

**Dalle indagini** elaborate da Nielsen per la moderna distribuzione con il contributo di AssoBio per gli altri canali, emerge che nel corso del 2020 gli acquisti dei prodotti bio sono cresciuti del 7% rispetto al 2019, per un valore complessivo superiore ai 4,3 miliardi di euro. A questa performance hanno contribuito il canale supermercati (+6,5%) con vendite che superano gli 847 milioni, quello dei discount (+12,5%) con un valore di oltre 194 milioni e i negozi specializzati che nel corso del 2020 hanno visto un incremento superiore al 10%. «La preoccupazione per l'attuale situazione socio-sanitaria – l'istanza che emerge dalla ricerca – ha contribuito a orientare le scelte dei consumatori verso criteri più salutisti e controllati, conferendo una decisa prio-

rità al tema della sicurezza alimentare».

**La grande** distribuzione organizzata sta riconoscendo valore al settore, tanto da aver aumentato in modo significativo l'assortimento dei prodotti bio a proprio marchio con risultati positivi: il peso sulle vendite bio totali è del 48,7% (era del 47% nel 2019). Poi c'è l'impennata delle vendite online, con la crescita record del 150%. «Il biologico – osserva Roberto Zanoni, **(nella foto in basso)** presidente di AssoBio – rappresenta un driver sempre più importante dell'agroalimentare italiano di qualità. L'andamento del 2020 conferma una tendenza di crescita già in atto. Gli italiani stanno prestando sempre maggiore attenzione alla qualità, alla sicurezza, con uno sguardo rivolto anche alla corretta politica di prezzi e con un giusto ed equo riconoscimento dei processi e della loro certificazione».

**E allora**, «dal momento che tra le consapevolezze che il Covid-19 ci ha lasciato c'è la necessità di ripensare i modelli di produzione e consumo in un'ottica di sostenibilità e innovazione, è importante – dice Zanoni – dare al più presto seguito alle raccomandazioni dell'Ue. Auspichiamo che il governo ponga massima attenzione alla strategia Farm to fork, definita dalla Commissione come il cuore del Green deal, con la consapevolezza

che ci siano legami inestricabili tra persone sane, società sane e un pianeta sano».

**Segno più**, con una crescita superiore a quella registrata dall'export agroalimentare nel suo complesso, per l'export bio che nel 2020 ha superato i 2,6 miliardi di euro con un +8% rispetto al 2019 e un'incidenza del 6% sul totale dell'export agroalimentare italiano. L'Italia è la seconda nazione al mondo per l'esportazione dei prodotti biologici, dopo gli Stati Uniti, e prima in Europa. Il mercato interno è in salute e le esportazioni crescono: il 2020 è stato anche l'anno del bio.

**«La principale** preoccupazione dei consumatori durante i mesi scorsi – spiega Nicola De Carne, retailer client business partner di Nielsen – è stata quella per la propria salute. Tale scenario ha portato a uno stravolgimento delle abitudini di acquisto e di consumo». E se a crescere sono stati i prodotti del largo consumo confezionato sia convenzionali che biologici, «la sicurezza alimentare è e resta una priorità. È necessario riconsiderare il ruolo del biologico in un contesto più ampio, in cui negli ultimi tempi si è assistito a un incremento del gradimento per prodotti che richiamano all'italianità e al territorio e dei prodotti di filiera, entrambi in grado di coniugare sicurezza, qualità e genuinità nel percepito degli italiani».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Michele Brambilla



3041 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE