



BIOLOGICO, SÌ È BIOLOGICO

Di Francesco Procaccio

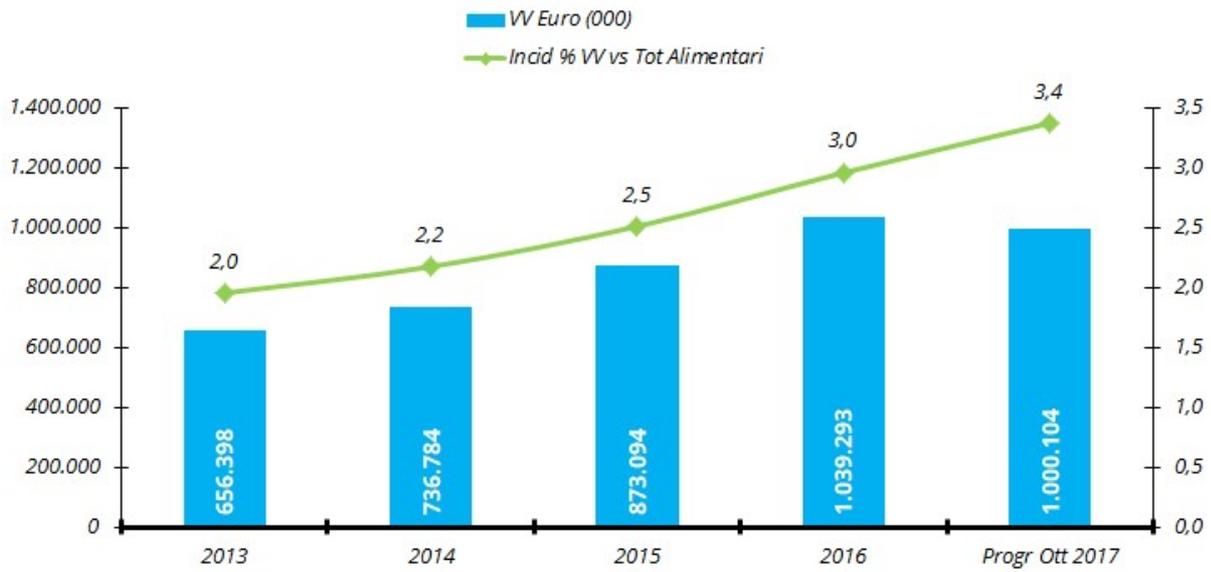
CONSUMER | 21-11-2017

Nei primi dieci mesi del 2017 si confermano i trend molto positivi dei prodotti biologici a peso imposto. Dopo sette anni di crescita a doppia cifra (+16,0% Iper + Super, periodo di riferimento: Gen-Ott 2017), quella del biologico è diventata una presenza importante nel carrello degli Italiani, arrivando a pesare il 3,4% delle vendite totali dell'alimentare (Food Confezionato, Bevande, Freddo, Fresco, Pets).

Da fenomeno emergente, il biologico diventa uno degli elementi principali della crescita dei fatturati della distribuzione: l'aumento delle vendite di prodotti biologici dà infatti un contributo di 0,5 punti al trend dell'alimentare (+4,2%). Importante sottolineare il ruolo della Marca del Distributore, che ha saputo subito rispondere alla domanda, ma che ultimamente vede calare la propria quota nel settore, da 41,3% a 41,1% – con un trend che rimane comunque positivo: +15,3%.

IL BIO VALE IL 3,4% DELLE VENDITE TOTALI DEL FOOD

Supermercati + Ipermercati, totale prodotti biologici a peso imposto



Fonte: Nielsen, Trade*MIS, Iper+Super

Copyright © 2017 The Nielsen Company

Anche le promozioni sembrano giocare un ruolo sempre più importante, con un aumento dell'intensità da 21,0% a 22,2%, contro il 31% dell'Alimentare, dove l'incidenza è in calo di -0,7 punti. Un altro aspetto rilevante è quello dei prezzi: i consumatori considerano i prodotti bio più costosi dei corrispettivi non bio. In effetti, considerando le categorie principali per vendite bio, c'è una certa differenza di prezzo. Le uniche categorie dove i prezzi dei prodotti bio sono in linea con il non bio sono quelle legate alla salute e alle intolleranze, che hanno quindi dei livelli di prezzo già abbastanza elevati (e.g. gallette di riso, cibi di soia, bevande alla soia e prodotti senza glutine. Altra eccezione riguarda la frutta in composta, dove tutti i prodotti venduti sono biologici.

Cosa è accaduto nel corso del tempo? In 9 di queste 20 categorie, il prezzo medio del biologico si è abbassato rispetto allo scorso anno; in molti casi questo è avvenuto in controtendenza rispetto al prezzo medio della categoria, che è in crescita: olio extravergine, yogurt ai gusti e farina di grano. L'indice di prezzo totale del bio su non bio è passato dal 192 del 2016 al 186 di quest'anno. Le scelte di prezzo e di promozione vanno di pari passo con quelle assortimentali; in un supermercato il numero di referenze bio vendute è cresciuto del +21,9%. Negli Ipermercati, la spinta è ancora più forte: mediamente un punto vendita vende il +29,3% di referenze in più rispetto allo scorso anno.

Anche dal punto di vista della domanda i numeri raggiunti sono elevatissimi. Sono 20,5 milioni le famiglie che hanno acquistato almeno un prodotto biologico all'anno (un milione in più rispetto all'anno precedente), di queste il 25,1% (5,2 milioni) acquistano bio almeno una volta a settimana, realizzando il 76,2% degli acquisti. Analizzando gli indici di penetrazione del bio nelle famiglie italiane, si riesce a delineare un'immagine abbastanza nitida del consumatore medio. Si tratta di famiglie provenienti dal Nord Italia, formate da 3/4 componenti, con una fascia d'età dai 35 ai 54 anni, principalmente new o maturing families*, con un reddito vicino o superiore alla media. Gli indici più bassi sono quelli delle famiglie del Sud Italia, con componenti oltre i 65 anni e con reddito sotto la media.

PREZZI PRODOTTI BIO VS. NON BIO

Supermercati + Ipermercati, Progressivo Anno Ottobre 2017

	PESO BIO SU CATEGORIA	TREND PREZZO MEDIO BIO	TREND PREZZO MEDIO NON BIO	IDX PREZZO BIO SU NO BIO
UOVA	17,9	-	=	174
FRUTTA IN COMPOSTA*	100,0	-		
GALLETTE DI RISO	77,6	+	+	99
FRUTTA FRESCA CONFEZIONATA	6,6	+	+++	153
BEVANDE ALLA SOIA	35,8	-	-	104
PASTA SECCA SEMOLA	6,6	-	-	222
VERDURA FRESCA CONFEZIONATA	4,6	++	+++	179
YOGURT AI GUSTI	7,0	-	=	161
OLIO D'OLIVA VERGINE+EXTRAVERGINE	5,7	---	++	165
LATTE FRESCO	6,9	+	+	117
FRUTTA SECCA	8,7	---	-	160
CIBI DI SOIA	44,7	+	-	94
VERDURA FRESCA IV GAMMA	4,5	-	-	167
PRODOTTI APROTEICI SENZA GLUTINE	16,4	++++	+	100
BISCOTTI FROLLINI	4,2	+	=	172
CEREALI PRIMA COLAZIONE	8,4	+	=	128
NETTARI	10,9	++	-	213
CREME ALIMENTARI SPALMABILI	7,6	++	+	147
YOGURT BIANCO	9,2	+	+	126
FARINADI GRANO	14,3	-	=	247

*Presente solo come prodotto biologico

Fonte: Nielsen, Trade*MIS, Iper+Super

Copyright © 2017 The Nielsen Company