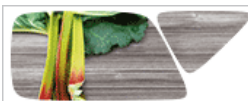




La community italiana dell'ortofrutta



Norimberga, Germania, 11-14.2.2015
BIOFACH2015
Salone Leader Mondiale degli Alimenti Biologici



Iscriviti alla
NEWSLETTER

my
fruit
canali

[news](#)
[newsletter gratuita](#)
[rassegna stampa](#)
[prezzi e promozioni](#)
[fiere ed eventi](#)

my
fruit
ricerca

Cerca

[ricerca avanzata](#)

my
fruit
community

[annunci](#)
[social network](#)
[ortofrutta nel web](#)
[biblioteca della frutta](#)
[consigli](#)
[sondaggio](#)

my
fruit
servizi

[trova lavoro](#)
[in diretta dagli eventi](#)
[newsletter archivio](#)
[downloads](#)

myfruit > canali > news

Cresce ancora il Bio in Italia, ma non l'ortofrutta

09.01.15 - (Autore: Alessandro Franceschini)



**Ortofrutta bio -2,5% nella Gdo. Cernemolla (FederBio):
"L'assortimento è ancora molto ridotto"**

Anche il 2014 è stato un anno con segno più per il comparto biologico in Italia. Una categoria che continua quindi a crescere, in controtendenza rispetto al calo generalizzato dei consumi. Le prime anticipazioni sui dati dell'anno che si è appena chiuso arrivano da **Paolo Cernemolla**, presidente di **FederBio**, rilasciate all'agenzia Adnkronos. Il giro d'affari nel 2014 è stato di **2,6 miliardi di euro**, 8 punti percentuali in più rispetto al 2013. Sommando poi anche il food service, quindi mense e ristoranti, si arriva a un giro d'affari complessivo di oltre 3,6 miliardi.

Ma il mondo Bio non sembra ancora sfruttare completamente tutte le sue potenzialità secondo il presidente di FederBio: "Le indagini dicono che più del 30% dei consumatori sarebbe intenzionato ad acquistare prodotti biologici ma da Firenze in giù è molto difficile trovarne nella rete vendita. Il consumo è fortemente concentrato al Centro nord, per non dire al Nord". Pesano, continua Cernemolla, "la scarsa presenza di negozi specializzati in logica moderna e assortimenti spesso modesti".

L'assortimento con **poca profondità** è anche uno dei principali motivi per cui l'ortofrutta biologica non decolla come potrebbe. Nell'anno appena trascorso, infatti, **frutta e verdura bio hanno perso circa il 2,5% del fatturato nella grande distribuzione**. Ha pesato certamente lo sfavorevole andamento climatico della passata stagione, che ha generato problemi anche nel settore convenzionale, ma Cernemolla sottolinea comunque come **l'assortimento di ortofrutta biologica sia ancora troppo modesto**: solo prodotti confezionati e poche categorie merceologiche con un'incidenza negativa anche sui prezzi finali al consumatore: "l'imballaggio ha un costo e i volumi limitati sono indice di costi fissi elevati".

Per quanto riguarda i **canali di vendita del bio**, secondo le stime questa volta di **Assobio**, l'associazione delle imprese di trasformazione e distribuzione che aderisce a FederBio, l'andamento migliore lo fanno segnare i **Discount** (+25,8%). Bene anche i **ipermercati** (+11,5%) e i **supermercati** (+9,9%). La quota di mercato migliore però è detenuta comunque dai **negozi specializzati** nel biologico con un valore di oltre 1,1 miliardi e una crescita del 7,5% rispetto al 2013. Sebbene difficile da monitorare, e quindi con dati approssimativi, il bio invece non sembra aver preso piede nei negozi tradizionali (-18%), né nel cosiddetto "libero servizio", vale a dire direttamente in azienda o nei mercatini, comparto che fa segnare -1,5%.

[Accedi](#)

**fresco, freschissimo,
Fris-Co !!
già da 20 anni
1994 - 2014**

news/eventi correlati

[Il biologico tradito. L'inchiesta di Der Spiegel](#)

Cresce il mercato, ma chiudono le aziende. L'inchiesta del settimanale tedesco ripreso da l'Internazionale di dicembre

[Le lene e il finto biologico. Fedagri: «Caso isolato. Non screditare la filiera»](#)

Dopo la trasmissione de Le lene, il commento di Davide Vernocchi (Fedagri-Confcooperative)

[Cresce nel segno del bio Apo Conerpo. Aderiscono La Primavera e Agricoop Bio](#)

Vernocchi «Apo Conerpo arricchisce le sue referenze con limoni e prodotti biologici»

[Cambiano i vertici di AssoBio](#)

Roberto Zanoni (EcorNaturasi spa) eletto presidente. Vicepresidenti: Bertoldi (Brio spa), Monti (Alce Nero & Mielizia) e Poggio (Ki Group)



news recenti

[Tutte le news](#)