



Secondo il **rapporto Coop 2014**, dal 2000 a oggi l'offerta dei prodotti bio nella grande distribuzione è quadruplicata

sto boom, considerando che il potere d'acquisto è costantemente sotto pressione e i prezzi del bio sono più alti? «Sempre più consumatori chiedono informazioni e rassicurazioni» spiega Belloni «e sono disposti a pagare per averle: il 70 per cento degli italiani vuole leggere l'etichetta prima di mangiare». Un'esigenza che innesca un circolo virtuoso presso le aziende, dove «aumenta l'investimento per la comunicazione scientifica». La regolamentazione quindi dovrà tenere il passo delle richieste del mercato: «Andiamo senz'altro verso una maggiore certificazione, a vantaggio dei consumatori».

Dal punto di vista industriale si aprono delle praterie e l'Italia può recitare un ruolo di primo piano nel mondo. Con 50 mila produttori, il nostro Paese è la prima potenza esportatrice di bio in Europa e batte la Francia sui prodotti certificati: 264 a 208. Un esercito che deve tenere alti gli standard di produzione, per soddisfare anzitutto le richieste interne: secondo il rapporto Coop, il 97 per cento degli italiani dichiara che, prima di acquistare, presta attenzione alla reputazione delle aziende e alle caratteristiche del ciclo produttivo. ■

IN ITALIA OLTRE **700 MILIONI** DI EURO DI FATTURATO PER UN SETTORE CHE CRESCE, NONOSTANTE LA CRISI

VEGETARIANI O NO, TUTTI PAZZI PER IL BIOLOGICO

di **Raffaele Ricciardi**

MILANO. Biologico, vegetariano, vegano. L'ascesa dei consumi alimentari orientati su prodotti selezionati e certificati appare inarrestabile nonostante il perdurare della crisi economica. Dal 2000 a oggi - dice il rapporto della Coop su consumi e distribuzione - l'offerta di prodotti bio nella grande distribuzione organizzata, dai supermercati agli ipermercati, si è quadruplicata e, negli ultimi sette anni, il fatturato è raddoppiato (oltre 700 milioni di euro nel 2014). «Si sta aprendo una forbice interessante: i consumi alimentari scendono in quantità, ma c'è una crescita in valore. Il bio centra in pieno questa tendenza» spiega Antonio Belloni, autore di *Food Economy* (Marsilio, pp. 133, euro 13), libro-inchiesta sul dilagare dell'attenzione al cibo e sull'economia legata a questo fenomeno, dai reality televisivi all'editoria.

In effetti, tra il 2011 e oggi il settore biologico ha sempre visto una crescita annua delle vendite in doppia cifra, contro andamenti asfittici per l'alimentare nel suo complesso. Come si spiega que-



L'IDENTIKIT

Secondo Nomisma la propensione all'acquisto bio è maggiore non solo nelle famiglie con un reddito alto ma anche in quelle dove chi compra ha un titolo di studio elevato

