



Organic F&V Monitor, l'osservatorio sui consumi dell'Healthy Food bio

Tra gli effetti del lockdown c'è stata la definizione di una maggiore coscienza in fatto di consumo e alimentazione. L'Osservatorio messo a punto da Assobio e Nomisma punterà ad analizzare come e quanto può cambiare lo stile di vita alimentare attraverso l'ortofrutta biologica e biodinamica



Nell'ultimo anno il mondo è stato chiamato ad affrontare grandi cambiamenti e i diversi sistemi alimentari hanno innescato strategie di sensibilizzazione della popolazione mondiale sulle tematiche relative a nutrizione e consumi. Il lockdown, inoltre, ha influito sul comportamento di acquisto generale con una maggiore attenzione ad [etichette](#), provenienza e tracciabilità dei prodotti, soprattutto naturali e biologici.

L'Italia rimane uno dei Paesi in cui il **consumo di frutta e verdura è maggiore**; l'81% della popolazione, infatti, inserisce nel suo regime alimentare quotidiano almeno una porzione di prodotti ortofrutticoli.

Nel 2020 il consumo pro capite di questi prodotti è stato pari a 160 kg, un dato che pone l'Italia davanti a Germania (109 kg) e Regno Unito (101 kg). La richiesta di ortofrutta nell'anno appena trascorso ha subito un decisivo aumento e non sempre l'offerta è andata di pari passo con la domanda: il 16% delle famiglie, infatti, durante il lockdown ha effettuato ordini che sono rimasti inevasi.

2021, anno internazionale dei prodotti ortofrutticoli

Ma quale come varieranno i consumi di ortofrutta nel 2021, che l'**Assemblea Generale dell'Onu** ha proclamato "[Anno internazionale dei prodotti ortofrutticoli](#)"? Si stima che, sulla scia di un consumo più consapevole, il 60% della popolazione si orienterà verso prodotti 100% italiani e il 45% valuterà, con attenzione, tracciabilità e prodotti a filiera controllata. Il 42% degli italiani

opereranno per prodotti low cost e una fetta di mercato tra il 34% e il 30% preferirà quelli biologici, salutistici e con un packaging ecosostenibile.

Osservatorio Ortofrutta: come varieranno i consumi di ortofrutta

In questo panorama si conferma l'interesse del consumatore per il mondo del biologico nell'ambito del quale la categoria alimentare ortofrutticola ha sempre avuto una grande incidenza. Per dare un'indicazione sulle prospettive del mondo dell'ortofrutta bio, è necessario acquisire dati rispetto ai consumi fuori casa. Per questo motivo **Nomisma** e **Assobio** hanno deciso di potenziare le attività dell'**Osservatorio Ortofrutta**, nato nel 2018 come strumento per dare un quadro più preciso rispetto all'andamento delle vendite e del ruolo del bio per le diverse categorie merceologiche.

«Il contesto pandemico ha contribuito ad orientare le scelte dei consumatori verso prodotti espressione di valori quali salutismo, tracciabilità, garanzie di qualità. – osserva **Silvia Zucconi** Responsabile Market Intelligence Nomisma – Avere dati che misurano e monitorano le dinamiche di mercato dell'ortofrutta diventa così – non solo uno strumento fondamentale per le imprese della filiera – ma anche contributo addizionale per supportare la definizione di policy di prevenzione e la promozione di campagne a sostegno della comunicazione degli attributi valoriali dell'ortofrutta e del biologico, proponendo iniziative concrete proprio nell'Anno Internazionale della frutta e della verdura».

Roberto Zanoni, Presidente di AssoBio, in una nota dichiara:

«Il segnale che il consumatore italiano ci manda è inequivocabile, nell'anno del lockdown le scelte hanno premiato i prodotti biologici e biodinamici, la vendita di ortofrutta bio è cresciuta dell'8%. Riteniamo per questo che sia il momento opportuno per rilanciare l'attività dell'Osservatorio Organic F&V Monitor insieme a Nomisma, riconoscendo il giusto peso e dignità a ciascun canale di vendita, dallo sfuso al fuori casa, fino alla ristorazione collettiva, per fornire agli operatori uno strumento informativo completo, utile per supportare il loro sviluppo commerciale e strategico nel comparto».

Obiettivi F&V Organic Monitor

F&V Organic Monitor avrà diversi obiettivi da conseguire attraverso la collaborazione di tutte le figure operanti nel settore:

1. definire le dimensioni delle vendite di ortofrutta in Italia prendendo in considerazione le diverse variabili, come il consumo domestico, il consumo fuori casa e i diversi canali distributivi
2. valutare il ruolo del biologico e l'andamento del mercato in base alle diverse categorie merceologiche. Fondamentale sarà

«Il progetto di ricerca rappresenta per l'intero comparto ortofrutticolo un'importante

occasione di studio e di sviluppo futuro – commenta Andrea Bertoldi, Consigliere AssoBio. – I numeri danno la misura della rilevanza commerciale, restituiscono la valenza della filiera e consentono di raccogliere le informazioni sugli aspetti produttivi e di vendita, in ottica di efficientamento e sostenibilità. La necessità degli operatori è quella di incrociare le esigenze della domanda di frutta e verdura con le inevitabili risposte dell'offerta produttiva e della filiera commerciale, così da elaborare un rapporto sulle tendenze e di mettere in atto le scelte migliori per il futuro».

Data di creazione

18/03/2021

Autore

matilde-morselli