

Scenari in netto miglioramento nel 2013 per lo scalo salernitano



Annunziata: "Traffici in ripresa. Porta Ovest entro primavera 2015"

Il presidente dell'Autorità Portuale preannuncia dinamiche di crescita. Per l'estate il via ai lavori di collegamento con gli svincoli autostradali

"Il porto anticipa sempre le dinamiche dell'economia produttiva. Abbiamo segnali importanti di miglioramento dei traffici mercantili sia nel segmento dei container che in quello della movimentazione degli autoveicoli. Significa che lentamente si prova a ripartire e che, soprattutto, abbiamo saputo mantenere alto il livello di competitività con gli altri scali del Mediterraneo". Il presidente dell'Autorità Portuale di Salerno Andrea Annunziata fa il punto della situazione e delinea uno scenario abbastanza positivo, "anche se - tiene a precisare - la crisi certamente non è alle spalle". Annunziata sottolinea che "la vera sfida non solo per il porto di Salerno, ma per tutti gli scali marittimi, si gioca sulla capacità di essere parte integrante di una rete infrastrutturale funzionale alla circolazione di merci e persone". Da questo punto di vista - spiega Annunziata - "sarà fondamentale il rispetto dei tempi previsti dal capitolato di appalto per la realizzazione del progetto "Porta Ovest". "Il primo lotto - dice a salernoconomy.it - è già partito, entro l'estate saranno consegnati i lavori del secondo lotto, quelli che prevedono il collegamento in galleria con gli svincoli autostradali di Cernicchiara, la cui conclusione è in programma per la primavera del 2015".

Presidente Annunziata, non mancano pareri contrastanti sull'impatto di quest'opera.

"Guardi, ritengo che "Porta Ovest" - che metterà in circuito fondi per 150 milioni di euro, e di questi tempi si tratta di un'iniezione di liquidità di non poco conto nel tessuto economico - sia un'opera strategica da diversi punti di vista. Non solo per il valore non secondario sotto il profilo dell'arricchimento della rete infrastrutturale, ma anche nella prospettiva dell'alleggerimento del traffico impattante sulla città di Salerno e, non per ultimo, sul versante della qualità ambientale delle zone intorno al porto. "Porta Ovest" rappresenta una svolta strutturale nella storia della relazione urbanistica dello



Il porto commerciale di Salerno. Nel riquadro Andrea Annunziata

scalo marittimo con Salerno. Forse bisognerebbe riflettere più a fondo sulla valenza di questo progetto che contiamo di portare a termine nel rispetto della tempistica prevista dai tecnici".

Presidente, il porto "come sta"? Quali risultati si profilano in termini di movimentazione di merci e persone?

"Le prime proiezioni ci indicano una ripresa dei traffici mercantili rispetto ai primi otto mesi del 2012. Le percentuali oscillano intorno al 10 per cento in più sia nel segmento dei container che della movimentazione degli autoveicoli. Molto positiva si profila la stagione crocieristica. Ed anche in questo caso stiamo lavorando a ritmo serrato per la realizzazione nei tempi attesi del polo crocieristico".

Quando sarà pronto?

"Credo che il prolungamento del molo Manfredi (10 milioni di euro) sarà ultimato entro la fine di quest'anno e che per la primavera del 2014 dovremmo essere pronti anche con tutto il resto. Calcoliamo che con il nuovo polo crocieristico potremmo passare facilmente da 160mila a più o meno 600mila passeggeri. Ormai Salerno è una meta ambita per tutte le compagnie operative nel settore delle crociere. Abbiamo molte richieste alle

quali non possiamo fare fronte. Stiamo valutando a fondo l'ipotesi di un secondo polo crocieristico. Ma questa scelta, naturalmente, non dipende dall'Autorità Portuale che è già pronta, comunque, a fare la sua parte".

Tornando ai traffici mercantili, resta sempre da affrontare in maniera più organica il problema degli spazi.

"E' senza dubbio un problema di fondamentale importanza. In prospettiva non potrà sempre bastare la capacità - riconosciuta, peraltro, a livello europeo e mondiale - di utilizzare gli spazi ristretti in maniera ottimale. Stiamo puntando sulla creazione di un vero e proprio network di retro-porti. Un circuito di aree utilizzabili diffuso in diverse aree della provincia di Salerno dove insistono contenitori industriali dismessi. In questo modo si potrebbe incentivare anche la nascita di attività di trasformazione nel cosiddetto "ultimo miglio": il contenitore si apre e le materie prime vengono lavorate e, poi, reimbarcate. Non è uno sforzo semplice o di breve periodo, ma rappresenta sicuramente una fetta di futuro per il territorio salernitano".

Perché non decolla questo progetto?

"Ripeto, non è una cosa semplicissima. Ma dobbiamo convincerci che la sfida della competitività si vince facendo rete sul territorio. A cominciare dalle infrastrutture che, alla fine, fanno la differenza".

Può specificare meglio?

"Intendo dire che il porto sta facendo bene da decenni la sua parte, ma mancano all'appello ancora l'aeroporto e la piena integrazione delle infrastrutture tra di loro: se non mettiamo a sistema mare, ferro, gomma e aria continueremo a perdere terreno nella grande partita a livello globale. E non si tratta di puntare l'indice contro qualcuno o qualcosa. E' una semplice constatazione. Il tempo è scaduto, e non possiamo restare indietro".

Mario Gallo



Istat. L'analisi pone in evidenza la rilevanza positiva dei "non energetici"

Commercio Estero, un saldo attivo di 11 miliardi di euro



*L'export risulta in crescita verso Stati Uniti, Giappone e Svizzera
Si segnalano in netta flessione le vendite verso India, Cina e Spagna*

Con la pubblicazione dei dati di dicembre 2012 relativamente al saldo commerciale con l'estero, l'Istat ha rilevato il bilancio complessivo dell'intero 2012, che è risultato positivo per 11 miliardi di euro. Tale risultato, sottolinea l'Istat, è stato sostenuto dall'ampio avanzo dei prodotti non energetici (+74 miliardi), è stato il più ampio conseguito dal 1999 e si è realizzato in un contesto annuo di crescita del 3,7% dell'export e di flessione del 5,7% degli acquisti. Tra i prodotti non energetici,



da segnalare la notevole performance per le macchine e apparecchi n.c.a., il cui surplus ha raggiunto 48 miliardi nel 2012, pari al 65% dell'avanzo registrato nei prodotti non energetici. Per quanto riguarda l'export, nel 2012 si segnalano i buoni incrementi registrati con Giappone (+19,1%), Stati Uniti (+16,8%) e Svizzera (+10,8%), mentre in marcata flessione sono risultate le vendite verso India (-10,3%), Cina (-9,9%) e Spagna (-8,1%). Sul fronte acquisti, sempre nel 2012, la flessione è stata particolarmente accentuata dal Giappone (-24,3%), dai Paesi Mercosur (-21,9%) e dall'India (-21,5%). Rispetto alle tipologie dei prodotti, il 2012 si è caratterizzato per la rilevante espansione all'estero dei prodotti petroliferi raffinati (+21,8%), degli articoli farmaceutici e chimici (+12,5%), degli articoli sportivi, giochi, preziosi (+6,8%) e dei prodotti alimentari e bevande (+6,7%).

In forte contrazione, invece, le importazioni di autoveicoli (-26,2%), computer, apparecchi elettronici e ottici (-20,2%) e prodotti tessili (-14%). Da evidenziare, inoltre, come nel



2012 si sia rilevata una leggera flessione dei volumi esportati (-0,5%), particolarmente accentuata per i beni di consumo durevoli (-2,5%) e i beni strumentali (-2,3%). La forte contrazione dei volumi importati (-9,4%), invece, è stata trainata dai beni strumentali (-14,7%) e dai beni di consumo durevoli (-10,3%). Relativamente ai dati Istat inerenti il mese di dicembre 2012, l'aumento delle importazioni è stato dell'1,3%, mentre le esportazioni hanno segnato una contrazione dello 0,5%. Il saldo commerciale mensile è stato pari a +2,2 miliardi, derivante da un surplus con i paesi extra Ue (+3,3 miliardi) e di un disavanzo con i paesi Ue (-1,2 miliardi). Il dato è in netto miglioramento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente (+1,4 miliardi) anche se, sempre rispetto dicembre 2011, si denota una flessione tendenziale sia per l'export (-3,7%) sia per l'import (-6,4%), dato ancora più accentuato se misurato in termini di volumi esportati (-6,7%) e importati (-8,1%). Le vendite di prodotti energetici (-5,7%) e di beni di consumo durevoli (-4,7%) hanno registrato una significativa contrazione, mentre i beni di consumo non durevoli (+2,2%) e strumentali (+1,4%) hanno mostrato un aumento. La diminu-

zione tendenziale delle esportazioni ha riguardato, in modo particolare, le vendite di mezzi di trasporto (esclusi autoveicoli) (-13,6%), i metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti (-13%) e gli articoli in gomma e materie plastiche (-11,5%). In significativo aumento, invece, l'export per le vendite di articoli farmaceutici, chimico-medicali e botanici (+32,2%) e di prodotti petroliferi raffinati (+22,7%).

Rispetto ai saldi commerciali, nel mese di dicembre i più positivi sono stati rilevati per macchinari e apparecchi n.c.a., metalli di base e prodotti in metallo (esclusi macchine e impianti) e mezzi di trasporto (esclusi autoveicoli), i saldi più negativi hanno riguardato i minerali energetici (petrolio greggio e gas naturale) e i computer e apparecchi elettronici e ottici. Rispetto alle aree geografiche, la diminuzione delle esportazioni in termini congiunturali, evidenziata nel mese di dicembre, è stata determinata da una riduzione delle vendite sia verso i paesi Ue (-0,5%) sia verso i paesi extra Ue (-0,4%). Per quanto riguarda le importazioni, il loro aumento congiunturale (+1,3%) è imputabile all'area Ue (+3,5%). In forte diminuzione sono risultate le vendite verso la Romania (-18,9%), la Francia (-13,3%) e la Germania (-12,5%), mentre sono aumentate le vendite verso Belgio (+35,1%), paesi Asean (+19,1%) e paesi Opec (+16%). La diminuzione tendenziale delle importazioni (-6,4%) ha risentito particolarmente della forte contrazione delle importazioni dal Giappone (-45,1%), dai paesi Mercosur (-28,3%) e dall'India (-25,6%), anche se è stata attenuata dagli aumenti riscontrati negli acquisti dal Belgio (+47,6%) e dalla Russia (+28,4%). Sempre relativamente a dicembre 2012, la bilancia commerciale è risultata attiva nei confronti di Stati Uniti, Svizzera, paesi Eda, Francia e Regno Unito, mentre i principali saldi negativi vengono segnalati con Germania, Paesi Bassi, Russia, paesi Opec e Cina. (Fonte: istat.it del 15.02.13)

Organizzazione di Produttori APOC SALERNO soc.agr.coop a.r.l.

I dati di "Global Survey" di Nielsen riferiti agli ultimi tre mesi 2012



Crolla l'indice di fiducia Preoccupazione-lavoro

Propensione al consumo notevolmente inferiore rispetto alla media Ue
In calo le spese per abbigliamento, svago, pasti fuori casa e vacanze



I dati raccolti nell'ultima (quarto trimestre 2012) "Global Survey sull'indice di fiducia dei consumatori e sulle intenzioni di spesa" da Nielsen mettono in risalto i comportamenti dei consumatori italiani, rispetto a quelli europei e mondiali, di fronte alle situazioni imposte da un quadro economico fortemente influenzato dalla crisi in atto. L'indagine globale Nielsen è stata condotta tra il 10 e il 27 novembre 2012 su più di 29.000 consumatori online, in 58 Paesi in Asia Pacifico, Europa, America Latina, Medio Oriente, Africa e Nord America. Il campionamento degli intervistati, avvenuto per età e sesso nei singoli Paesi in base all'uso di Internet, è ponderato per essere rappresentativo degli utenti di Internet e ha un margine di errore massimo di $\pm 0,6\%$.

L'indice di fiducia in Italia (i livelli di fiducia dei consumatori sopra e sotto i 100 punti indicano il grado di ottimismo e pessimismo) continua a calare, scendendo a 39 punti nel quarto trimestre 2012 (7 punti in meno rispetto al trimestre precedente), collocandosi in Europa in quart'ultima posizione dopo Portogallo (38), Ungheria (37) e Grecia (35). Le donne risultano essere più pessimiste rispetto agli uomini, facendo rilevare un indice di fiducia pari a 36 rispetto al 43 degli uomini. I più ottimisti sono gli intervistati tra i 35 e i 49 anni, rassicurati da un posto di lavoro, mentre i più negativi sono i giovani sotto i 20 anni, con un indice di fiducia di 33 punti. Pessimisti anche gli over 50, probabilmente per la concreta possibilità di perdere il posto di lavoro.

La Global Survey di Nielsen ha rilevato che, nel

quarto trimestre 2012, il 67% degli italiani ha speso meno in abbigliamento (contro il 58% della media Europea e il 52% della media globale), il 64% degli intervistati ha ridotto i pasti fuori casa (rispetto ad una media Europa e globale pari al 39%), il 62% le spese per lo svago extra domestico (contro il 53% della media Europea e il 48% della media globale) ed il 55% ha ridotto i soggiorni brevi (media Eu 39%, globale 31%), confermando un'impennata delle famiglie, rispetto al 33% del 2011, che hanno tagliato gli short breaks per preservare la vacanza annuale. Per quanto riguarda le spese telefoniche, la maggior diffusione di Internet, la forte competitività tra gli operatori e l'introduzione di nuovi tool (sistemi di messaggistica istantanea/chat, VOIP ovvero telefonate via web) hanno contribuito al risparmio dei consumatori che, secondo i dati Nielsen, nel 2012 sono cresciuti di circa il 30% rispetto all'anno precedente.

Sono le donne, ad aver cambiato maggiormente il comportamento di spesa rispetto agli uomini (90% contro 82%) con questi ultimi che dichiarano di aver risparmiato maggiormente nelle spese per l'auto (46%), mentre le donne fanno riferimento principalmente al risparmio nell'abbigliamento (76%) e nella spesa alimentare (61%).

E proprio riguardo al prossimo futuro, è il posto di lavoro a costituire la prima preoccupazione per i prossimi 6 mesi da un terzo (il 28%) degli intervistati in Italia (ben al di sopra del valore registrato sia a livello europeo che globale, entrambi pari al 15%). A seguire la preoccupazione per l'economia, indicata dal 12% del campione (media Eu 13%, media globale 15%) e quella per il saldo di debiti (8% in Italia come nella media europea, superiore di due punti alla media globale). L'8% si dichiara preoccupato anche per l'educazione dei figli (media Eu 6%, media globale 5%). Il 7% indica come criticità

l'aumento delle bollette di gas ed elettricità, un valore ben inferiore al 12% rilevato a totale Europa (8%, invece, media globale).

Sempre riguardo al 2013, solo l'11% degli italiani pensa di uscire dalla recessione nei prossimi 12 mesi, dato in linea con quello europeo, ma di gran lunga al di sotto della media globale (21%). Il 60% degli italiani dichiara di non vedere vie d'uscita nel medio periodo, un dato inferiore alla media Eu (64%), ma superiore di 10 punti al valore registrato a livello globale. Un terzo dichiara di non sapere se si uscirà dal periodo di crisi (media Eu 25%; media globale 29%). Rispetto al trimestre precedente, gli italiani che dichiarano che non si uscirà dalla crisi sono cresciuti di 5 punti, gli europei mediamente di 3 punti, il global di un punto.

In notevole contrazione anche la propensione al consumo: più della metà del campione degli italiani (54%) considera l'attuale momento come negativo per l'acquisto di ciò che si desidera o di cui si ha bisogno, rispetto al 26% della media europea ed al 16% di quella globale che hanno dato la stessa risposta.

Permane, comunque, ancora alta la vocazione italiana al risparmio: il 41%, infatti ha dichiarato di impiegare il denaro restante, dopo aver coperto le spese essenziali, in forme di risparmio (media Europa pari al 32% e media globale del 45%); circa un terzo (il 28%) destina le somme a vacanze e viaggi (media Eu 25%, media globale 29%), ma ben un quinto (il 22%) dichiara di non avere avanzato nulla dopo gli acquisti essenziali, dato simile a quello europeo (21%) e superiore al globale 15%.
(Fonte: nielsen.com/it del 05.02.13)



Web Marketing

Idee, tecnologie ed innovazione

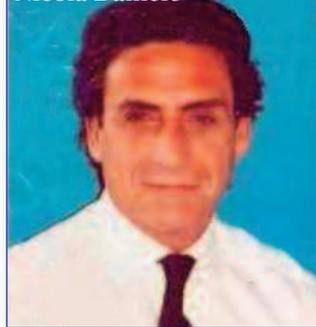


Il vantaggi del "cloud computing" ancora sottovalutati dalle imprese

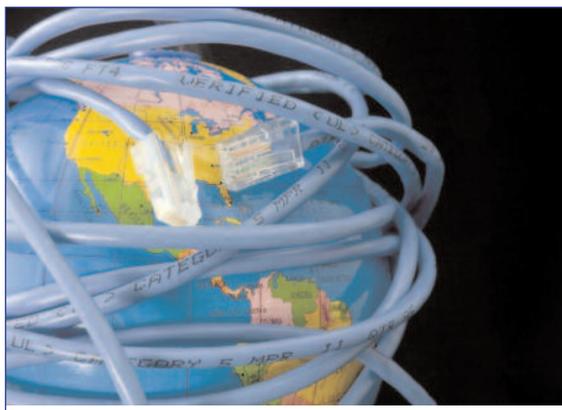
Con la "nuvola" si risparmia ma in Italia cresce lentamente

Trend positivo, ma le aziende ancora non percepiscono tutti i vantaggi

Nicola Daniele



"Il cloud computing è una grande risorsa - spiega Nicola Daniele di Enginfo Consulting, società che opera nel settore Information Communication Technology - sia come fornitore di Soluzioni e Servizi ICT tradizionali che come fornitore di soluzioni software specialistiche ad alto contenuto innovativo - che non è stata ancora percepita nelle sue molteplici potenzialità operative dal circuito delle imprese: non solo sotto il profilo dell'aumento virtuoso dell'operatività gestionale, ma anche dal punto di vista dei risparmi finanziari". "Il "cloud computing" - spiegano i dizionari in rete - è un insieme di tecnologie che consentono l'accesso a risorse (CPU, reti, server, storage, applicazioni e servizi) in modo configurabile e "tagliato su misura" per l'utilizzo richiesto". All'inizio di questo decennio (2011-2020) le principali aziende informatiche hanno iniziato a proporsi come fornitori "cloud". Nel "cloud computing" - specificano gli esperti - non esiste "un server" come tradizionalmente lo si intende, ovvero una singola macchina, eventualmente ridondata contro eventuali perdite d'informazioni, situata in una località nota. Esiste, invece, un gruppo distribuito di server interconnessi ("la nuvola") che gestiscono servizi, eseguono applicazioni ed archiviano documenti in modo totalmente trasparente all'utilizzatore". In altre parole, "con il cloud computing le aziende hanno la possibilità di ottenere grandi risparmi sull'acquisto e sulla gestione di macchine ed infrastrut-



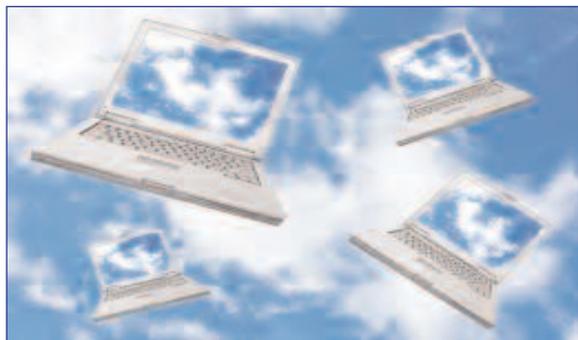
ture". Il personale connesso al servizio "cloud" non "deve essere necessariamente dotato di un hardware molto potente solo per aprire un foglio di calcolo: gli è sufficiente una macchina con caratteristiche limitate, quindi più economica, che sia in grado di fare funzionare l'applicativo (detto "middleware") che permette l'accesso al "cloud": la "potenza di calcolo" non risiede nella workstation sul tavolo dell'impiegato, ma è distribuita in rete tra i computer che compongono la nuvola".

Ma quale scenario si profila in Italia dal punto di vista del ricorso al "cloud"? Secondo un'indagine condotta da Enter ("EnterTheCloud", la community online sul mondo del "Cloud"), "nonostante il crescente interesse per la "nuvola", solo il 29 per cento delle aziende italiane ha in programma strategie specifiche in questo ambito di riferimento per il 2013". "Quello appena terminato - si legge sul sito di Enter - è stato l'anno della prima "svolta cloud" in Italia, l'anno in cui la "nuvola" ha cominciato a scrollarsi di dosso i panni pioniere e sperimentali per iniziare ad integrarsi nelle strategie IT delle aziende. Un primo "moto" di adozione guidato dall'accesso in remoto alle risorse e dal risparmio sui costi infrastrutturali". "Se sul piano dell'interesse c'è stata una crescita - è scritto ancora sul sito di Enter - il livello di adozione nelle aziende è solo all'inizio di una strada lunga e,

per molti versi, tortuosa: sono (relativamente) pochi a scegliere il "cloud" e, chi non lo fa, spesso è trattenuto dalle tematiche relative alla sicurezza e alla privacy dei dati. Inoltre, è piuttosto elevata l'impreparazione (ammessa con sincerità) delle risorse umane a disposizione". Due quinti degli interpellati citano come fattore frenante i problemi di connettività e, per moltissimi, "cloud" è sinonimo di storage, hosting o servizi e-mail".

Appare chiaro, quindi, che "c'è ancora bisogno di molta alfabetizzazione". La domanda di fondo resta sempre la stessa: quanto conta la "nuvola" per le aziende italiane, e quali strategie IT stanno mettendo in atto per trarne beneficio? Per rispondere a questi interrogativi Enter ha consultato via e mail Cio, Cto, sviluppatori, system administrator, web designer che lavorano come liberi professionisti, startupper o dipendenti di imprese operanti su tutto il territorio nazionale. Dall'indagine emerge che l'adozione di strategie di "cloud computing" è ancora a livello sperimentale. Sicurezza e privacy dei dati sono ancora un fattore frenante, e spesso nelle aziende le tematiche legate alla "cloud" sono poco conosciute. Il 29% delle persone intervistate ha dichiarato che intraprenderà o progetterà strategie "cloud" per il 2013. Nello specifico, il 22% dei rispondenti sta già utilizzando servizi sulla nuvola mentre il 7% è pronto a partire nei prossimi mesi. Tuttavia, il 43% dei professionisti IT coinvolti nell'indagine non ha ancora pensato o progettato piani "cloud". Per le aziende che hanno attuato strategie "cloud", i principali driver di adozione del "cloud computing" sono "l'accesso in remoto alle risorse e il risparmio sui costi infrastrutturali". Poter accedere ai documenti e alle applicazioni in remoto e senza limiti spazio-temporali è "un importante motivo di adozione" della "cloud" per il 56% dei rispondenti. Anche il fattore di risparmio è tenuto in considerazione: "il 45% valuta strategie cloud per ridurre i costi infrastrutturali mentre il 39% si preoccupa più di tenere bassi i costi operativi". "Il 44% dei rispondenti ritiene che flessibilità e scalabilità, soprattutto lato server-infrastruttura, siano un importante driver di adozione: aumentare o ridurre le risorse in base alle reali esigenze è visto come un plus. Solo il 20% degli utenti crede che il cloud computing sia più sicuro di soluzioni on-premise".

(Fonti: www.enterthecloud.it; www.pcfacile.com/glossario/cloud_computing)





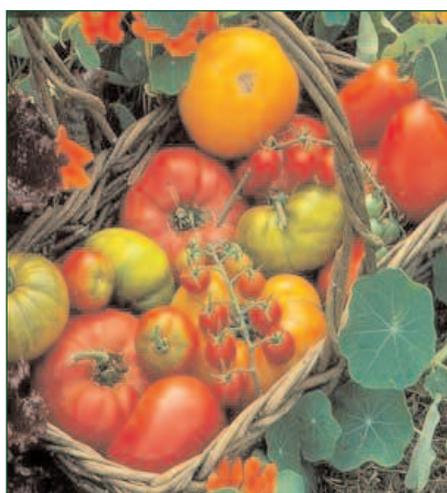
EcoBioNews



Direttore editoriale Giuliano D'Antonio

Analisi Ismea. La crisi non "contagia" il "carrello" della spesa "green" Consumi "bio" in crescita del 7,3 per cento

Non si arresta il trend positivo dopo il più 9% messo a segno nel 2011
La dinamica degli acquisti ha evidenziato una flessione del 7,1% al Sud



La crisi non "gela" la spesa di prodotti biologici. Confermato il trend positivo di questo particolare segmento di mercato anche dall'ultima rilevazione Ismea/GFK-Eurisko che indica, nel 2012, una crescita della spesa bio del 7,3%, dopo il più 9% messo a segno nel 2011.

I dati, riferiti agli acquisti di prodotti biologici confezionati presso i punti di vendita della grande distribuzione organizzata, rivelano in valore andamenti particolarmente favorevoli per biscotti, dolci e snack (+22,9% rispetto al 2011) e bevande analcoliche (+16,5%). Bene, sempre in relazione alle referenze biologiche, anche pasta, riso e sostituti del pane (+8,9%), frutta e ortaggi, sia freschi che trasformati (+7,8%), e latticini (+4,5%), mentre chiudono in leggera flessione le uova, in calo dell'1,9%. "I risultati 2012 - spiega una nota dell'Ismea - confermano una forte concentrazione degli acquisti su poche referenze, con i primi venti prodotti che coprono quasi tre

quarti della spesa totale e i primi dieci vicini al 60% di quota". "Le uova - continua la nota - nonostante la battuta d'arresto, restano il prodotto più gettonato, con il 13% circa della spesa complessiva. Tra i prodotti più acquistati seguono confetture e marmellate, con l'8,8% di incidenza e un più 15,7% della spesa sul 2011, e il latte che copre un altro 8,6%, grazie anche a un aumento di quasi il 9% rilevato su base annua". Fuori dal podio lo yogurt, con

l'8,2% di quota, prodotto che ha però subito un calo del 4,1% degli acquisti rispetto all'anno precedente. I dati per macroripartizione territoriale "confermano una maggiore propensione al consumo di prodotti biologici nelle regioni settentrionali, che rappresentano oltre il 70% del mercato, a fronte di una quota di quasi il 23% del Centro Italia e di circa il 7% del Mezzogiorno. La dinamica degli acquisti rivela un andamento positivo in tutte le aree ad eccezione del Sud che ha chiuso in 2012 in flessione del 7,1% su base annua".

Relativamente ai diversi canali distributivi, Ismea segnala, per effetto della

crisi, "un forte incremento della spesa nei discount, con un balzo in avanti del 25,5% rispetto al 2011. Iper e supermercati hanno chiuso invece con un più 5,5%".

"Ciò che valorizza ancor di più le buone performance del comparto bio - si legge nel report - è il confronto delle relative tendenze con comparti analoghi e con l'intero settore agroalimentare. Anche nel 2012, come

consumo, dove evidentemente è più spiccata la sensibilità del consumatore verso il consumo biologico in quanto il consumo del convenzionale implica un relativamente maggiore rischio per la salute (insalate, uova, preparati per brodo). Si può trattare altresì di prodotti di largo consumo (latte, yogurt, pasta, confetture) per i quali la diffusione nell'ambito del bio è evidentemente più alta rispetto ad altri



ormai negli ultimi cinque anni, la spesa bio registra migliori performance rispetto ad altri settori "di qualità" (prodotti e vini Dop e Igp) e all'agroalimentare nel complesso". "Per quanto concerne i prodotti biologici più consumati - è specificato ancora nella ricerca - anche in questo caso risulta una concentrazione piuttosto forte: i primi venti prodotti coprono nel 2012 circa il 73% del totale della spesa domestica di prodotti bio confezionati ed i primi dieci quasi il 58%".

Da un punto di vista più complessivo "nell'ambito dei prodotti biologici figurano cibi che presentano una elevata penetrazione rispetto al totale dei consumi di prodotto (bio+non bio). Si tratta perlopiù di referenze bio ad alto

prodotti biologici".

Analizzando per il 2012 la spesa per il biologico confezionato distinta per area geografica, si ha la conferma che il consumo domestico di prodotti bio si concentra maggiormente nelle regioni settentrionali del Paese, mentre il Centro e in particolare il Sud rivestono ancora un peso minore. Tra esportazioni e consumi interni il giro d'affari complessivo del biologico ammonta in Italia, secondo gli ultimi dati Fibl-Ifoam, a circa 3 miliardi di euro. Un fatturato che pone l'Italia al quarto posto al livello europeo dietro Germania, Francia e Regno Unito e in sesta posizione nella classifica mondiale.

"Da rilevare - conclude l'Ismea - che negli ultimi anni il biologico in Italia ha presentato un andamento del mercato più favorevole rispetto a importanti nazioni, registrando soprattutto performance superiori a quelle di Germania, Regno Unito, Stati Uniti e Svizzera".

(Fonte: ismea.it del 13.02.2013)

