

## L'uso dei prodotti biologici nella ristorazione

L'indagine, realizzata da ISMEA in collaborazione Fipe-Confcommercio, è finalizzata a indagare presso i bar e i ristoranti italiani la diffusione dei prodotti biologici, le categorie di prodotti offerti ai clienti, i canali di approvvigionamento utilizzati, il grado di conoscenza da parte degli esercenti della certificazione, e la stima dell'incidenza di costo a carico del cliente finale. La ricerca è stata condotta presso un campione rappresentativo di Bar (n. 1126 interviste) e Ristoranti (n. 894 interviste), nel periodo di settembre - ottobre 2022.

### Principali Risultati: Bar

Oltre la metà dei Bar (54,4%) dichiara di acquistare prodotti biologici. I Bar che utilizzano il biologico sono prevalentemente di medie/grandi dimensioni, con almeno sei addetti e sono maggiormente presenti nelle regioni del centro e del nord Italia. Le motivazioni che hanno spinto oltre un imprenditore su due ad acquistare i prodotti biologici vedono ai primi posti la possibilità di offrire una scelta più ampia al cliente (55,4%), servire cibo più salutare (28,3%) e qualificare l'offerta (27,1%). È l'aumento della domanda di consumo fuori casa e l'attenzione verso un'alimentazione più sana che suggeriscono di prestare maggiore attenzione verso queste nuove esigenze. I consumatori abituati a utilizzare prodotti biologici a casa tendono a cercarli anche fuori casa, ecco allora che una buona quota di imprese sceglie il biologico come leva per avvicinare e fidelizzare la clientela. Un terzo dei bar che utilizzano prodotti BIO si approvvigiona da grossisti specializzati e da produttori locali (aziende a filiera BIO certificata). Oltre uno su quattro si rifornisce anche da grossisti tradizionali.

Nel corso degli ultimi 12 mesi, almeno un acquisto di prodotto BIO da parte dei Bar è stato concentrato in prevalenza nelle categorie latte, succhi, frutta, vino. Se si considera la «quantità» di prodotti BIO acquistati nell'ambito di ciascuna categoria, espressa come percentuale rispetto al totale dei prodotti acquistati nella stessa categoria, il latte e la frutta rappresentano oltre il 20% della quantità totale dei prodotti acquistati. Esiste correlazione tra «FREQUENZA» e «INCIDENZA» di acquisto: le categorie nelle quali sono più frequenti gli acquisti di prodotti BIO sono anche quelle nell'ambito delle quali l'incidenza dei prodotti BIO (sul totale dei prodotti BIO + NON BIO) è più elevata. Analizzando con maggiore attenzione il vino emerge che i Bar propongono mediamente 28 etichette di vino NON BIO e 11 etichette di vino BIO (di cui un terzo proveniente dalle regioni del Nord Est). In particolare da Veneto e Friuli Venezia Giulia. Per il Centro è la Toscana a detenere il primato con il 10,3%, mentre al Sud è la Sicilia con il 13,1%. Nel complesso gli acquisti di prodotti BIO rappresentano circa un quinto degli acquisti complessivi di prodotti agroalimentari.

I prodotti biologici hanno un costo di approvvigionamento maggiore rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali e ciò si traduce in prezzi di vendita più elevati. Il ricarico dei prezzi sul consumatore che acquista un prodotto BIO è pari al +14,6% rispetto allo stesso prodotto non biologico. Il sovrapprezzo tocca il massimo nelle regioni del Sud e nelle Isole e nelle imprese medio-grandi.

La colazione è sicuramente il momento in cui l'offerta dei prodotti biologici riesce ad essere più completa. Il pranzo con possibilità di scelta di prodotti bio è offerto da 6 bar su dieci. Il bar caffetteria insieme al lunch bar sono la tipologia di attività che con maggiore incidenza acquista prodotti biologici. Anche l'aperitivo ricopre un ruolo importante nell'offerta bio con l'89% dei bar che propone piatti o bevande bio in questa occasione di consumo.

L'utilizzo dei prodotti biologici all'interno del locale è pubblicizzato da sei bar su dieci. La modalità prevalente è la comunicazione a voce ai propri clienti al momento delle ordinazioni. Nel prossimo futuro chi ha scelto di intraprendere la strada del biologico la manterrà e lo farà la quasi totalità del campione. Tuttavia la scelta di diventare un locale esclusivamente biologico riguarderà solo il 6% degli intervistati. Per uno su quattro dipenderà dalla disponibilità dei prodotti.

### Principali Risultati: Ristoranti

Oltre due RISTORANTI su tre, il 68,4%, dichiara di acquistare prodotti biologici. Il dato è più marcato presso i locali dei grandi centri urbani e tra quelli più strutturati. Oltre la metà di questi ritengono che la scelta dell'utilizzo del biologico all'interno del ristorante contribuisca a qualificare l'offerta del proprio locale, in particolare tra le imprese del Centro e tra quelle più strutturate. La seconda motivazione per la quale i ristoranti scelgono di utilizzare prodotti biologici ha a che fare con la volontà di offrire ai clienti piatti più salutari (46,2%); la terza ragione rimanda invece a motivazioni di carattere etico o di sostenibilità ambientale (31%).

Sei ristoranti su dieci ricorrono, per l'approvvigionamento di prodotti BIO, a produttori locali (aziende a filiera BIO certificata) e uno su tre a grossisti specializzati in prodotti biologici. A livello geografico, come avviene per i bar, la scelta dei produttori locali è più marcata al Sud, mentre al Nord vengono privilegiati i grossisti di prodotti biologici.

Nel corso degli ultimi 12 mesi, gli acquisti di prodotti BIO da parte dei ristoranti si sono concentrati in prevalenza nelle categorie verdure, vino, olio, frutta, latte e derivati. Se si considera la «quantità» di prodotti BIO acquistati nell'ambito di ciascuna categoria, espressa come percentuale rispetto al totale dei prodotti acquistati nella stessa categoria, Verdura e Olio, rappresentano oltre un terzo degli acquisti, mentre il vino scende al settimo posto, dopo la farina.

Esiste correlazione tra «FREQUENZA» e «INCIDENZA» di acquisto: le categorie nelle quali sono più frequenti gli acquisti di prodotti BIO sono anche quelle nell'ambito delle quali l'incidenza dei prodotti BIO (sul totale dei prodotti BIO + NON BIO) è più elevata.

Analizzando con maggiore dettaglio il prodotto vino emerge che i ristoranti propongono mediamente 50 etichette di vino NON BIO e 12 etichette di vino BIO (di cui il 46% proveniente dalle regioni del Sud, in particolare dalla Sicilia). Per il Centro è sempre la Toscana a detenere il primato con il 19,1%, mentre al Nord in testa ci sono Piemonte e Veneto.

Nel complesso gli acquisti, i prodotti BIO rappresentano circa un terzo degli acquisti complessivi di prodotti agroalimentari (i restanti 2/3 riguardano prodotti NON BIO).

L'uso di prodotti bio in cucina può giustificare un sovrapprezzo del 16,6%, un incremento leggermente più alto di quello applicato nei Bar. Il sovrapprezzo tocca il massimo nelle regioni del Nord e nelle Isole e nelle imprese di piccole dimensioni.

Contorni e antipasti sono i piatti in cui la presenza di prodotti biologici riesce ad essere più significativa, ma in linea generale in quasi tutte le portate il biologico riesce ad essere impiegato nel migliore dei modi.

Sette ristoratori su dieci pubblicizzano l'utilizzo dei prodotti biologici all'interno del locale, il 43% lo fa attraverso il menù e il 37,5% sceglie di comunicarlo a voce ai propri clienti.

Nel prossimo futuro oltre l'80% di ristoranti dichiara di essere intenzionato a confermare l'attuale politica di acquisto di prodotti BIO (in termini di quantità). Tuttavia, la scelta di diventare un locale esclusivamente biologico riguarderà solo il 13,5% degli intervistati. Per uno su tre dipenderà dalla disponibilità dei prodotti.