






LA PRIMA PIATTAFORMA A SUPPORTO DELLO **SVILUPPO STRATEGICO DEL BIOLOGICO** ITALIANO SUI MERCATI INTERNAZIONALI

DIMENSIONI E POSIZIONAMENTO DEL BIOLOGICO ITALIANO SUI MERCATI INTERNAZIONALI

Silvia Zucconi | Nomisma

-  **1** EXPORT BIO MADE IN ITALY E OPINIONI DELLE IMPRESE BIO ITALIANE
-  **2** IL POTENZIALE DEL BIO MADE IN ITALY
-  **3** LA PIATTAFORMA ITA.BIO

ITA.BIO

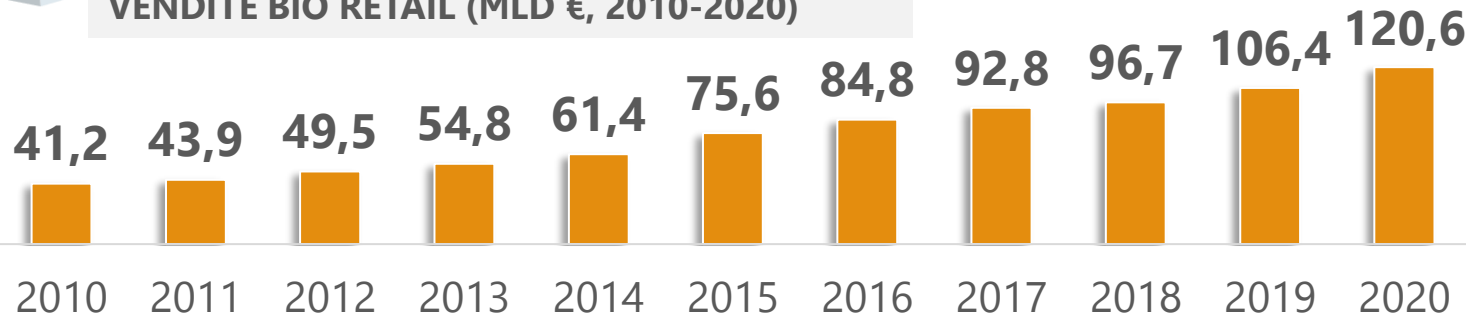
IL RUOLO DELL'EXPORT BIO MADE IN ITALY & L'OPINIONE DELLE IMPRESE





LE DIMENSIONI DEL MERCATO

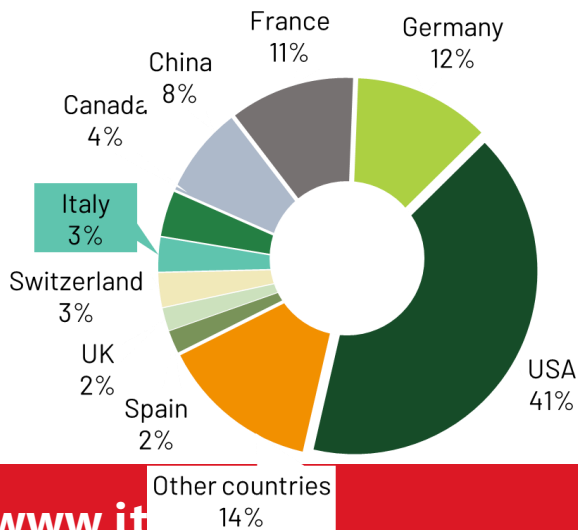
VENDITE BIO RETAIL (MLD €, 2010-2020)



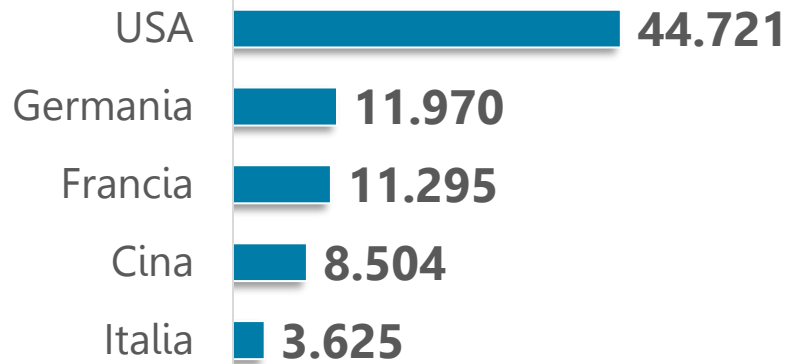
+192%
2020/2010

Fonte: Nomisma su dati Fibl

VENDITE BIO RETAIL QUOTE DI MERCATO (2020)



TOP 5 PAESI, 2019 (vendite retail, mln €)



DIMENSIONI DEL MERCATO BIO

(VENDITE 2021, ANNO TERMINANTE LUGLIO)

4.573 mln € **Vendite BIO in Italia**

39%
Export su totale mercato bio

2.907 mln € **Export BIO Made in Italy**

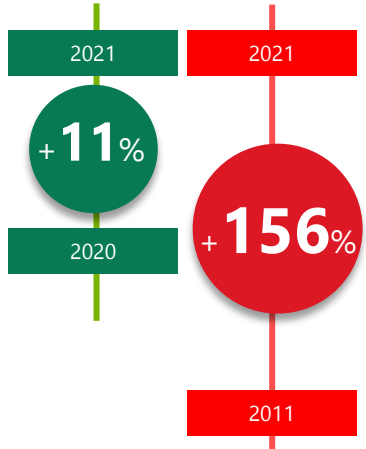
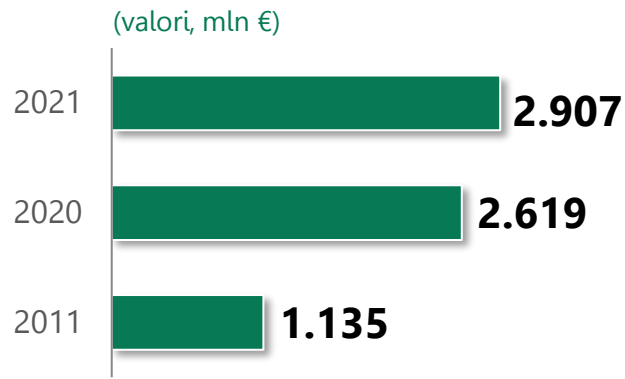
- DOP/IGP 3.800** mln €
- VINO 6.200** mln €
- FORMAGGI 3.100** mln €



5,9%
PESO
su EXP AA

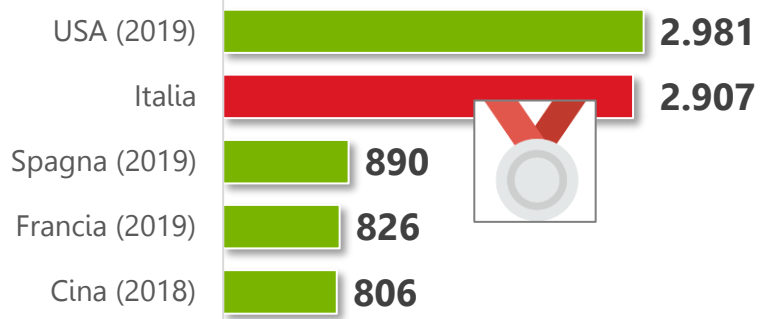
EXPORT BIO ITALIA: TREND

(valori, mln €)



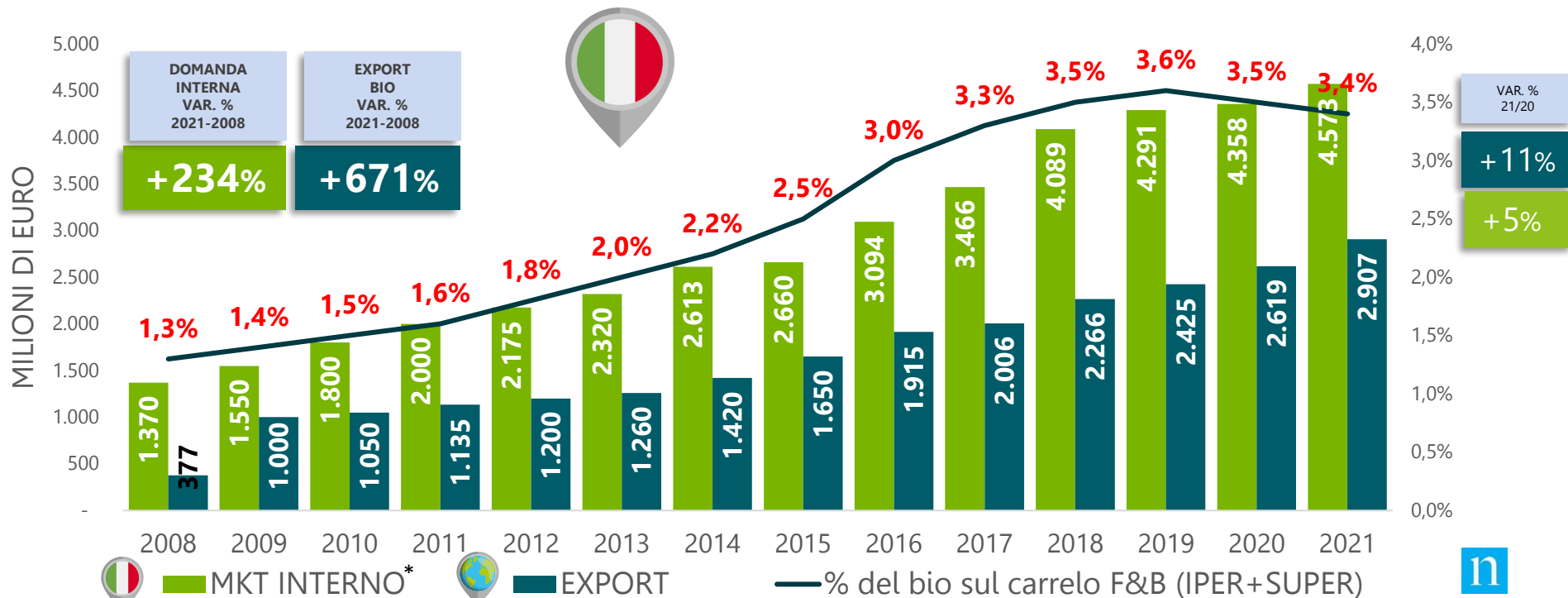
ITALIA: 2° TOP EXPORTER BIO

(valori, mln €)



Fonte: Osservatorio SANA-Nomisma – elaborazioni su dati NIELSEN, AssoBio, Ismea, Survey Imprese NOMISMA per ICE-Piattaforma ITA.BIO www.ita.bio

DIMENSIONI & ANDAMENTO DEL MERCATO



*Perimetro: vendite a peso imposto realizzate presso la **Distribuzione Moderna** (Iper, Supermercati, Discount, Specialisti Drug, Liberi Servizio, eCommerce) a cui si aggiungono le vendite di prodotti freschissimi a peso variabile realizzate (sulla rete fisica) + **Negozi Specializzati BIO** + **Altri Canali** (negozi di vicinato, Farmacie Parafarmacie, Mercatini, GAS, ...) + **Ristorazione** (mense, ristoranti specializzati bio, ristoranti e bar «generalisti» + agriturismo)

Fonte: Osservatorio SANA a cura di Nomisima – elaborazioni su dati NIELSEN, AssoBio, Ismea, Survey Imprese NOMISMA per ICE-Piattaforma ITA.BIO

CONSUMER BASE BIO. TRASFORMAZIONI IN ATTO

% FAMIGLIE ACQUIRENTI BIO CONSAPEVOLI

2012 2021

INDICE PENETRAZIONE



% DI FAMIGLIE CHE HANNO ACQUISTATO BIO ALMENO UNA VOLTA NELL'ANNO

NUMERO FAMIGLIE



NUMERO DI FAMIGLIE CHE HANNO ACQUISTATO BIO ALMENO UNA VOLTA NELL'ULTIMO ANNO

43% **BIO è PRIMA SCELTA**

IL RUOLO DEL BIO NELLE SCELTE ALIMENTARI

54% **FREQUENT USER BIO**

USER CHE CONSUMANO BIO ALMENO UNA VOLTA A SETTIMANA

15% **SALDO NETTO CAMBIAMENTI SPESA BIO**


TRA CHI HA AUMENTATO E CHI HA DIMINUITO INTERESSE VERSO IL BIO NEL POST PANDEMIA


FREQUENT USERS NEI TARGET



76% VEGETARIANI/STILI ORIENTATI AL SALUTISMO



62% FIGLI <12 ANNI 

59% LAUREA/PHD/MASTER 

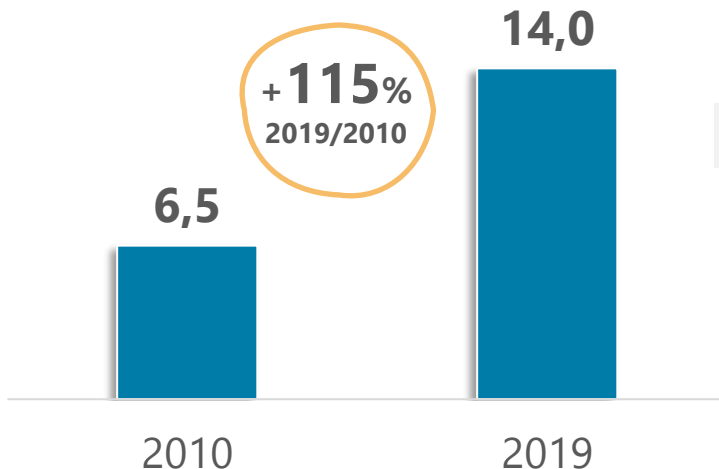
57% MILLENNIALS 

CONSUMI BIO PRO-CAPITE

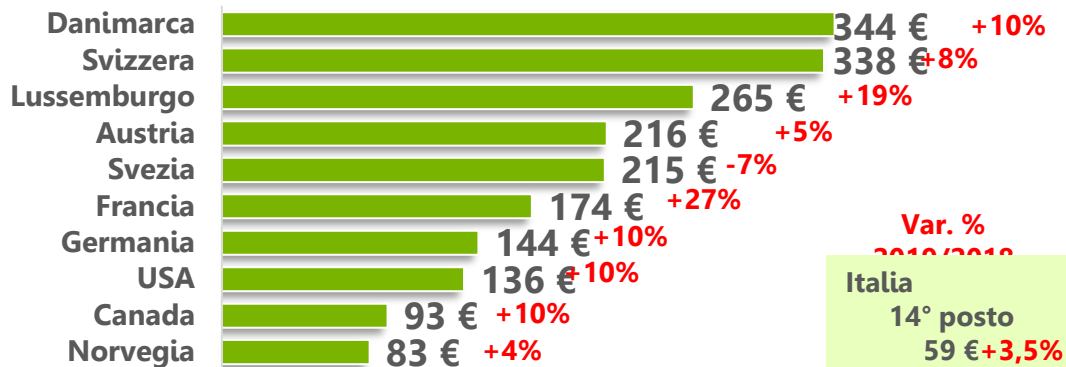
TOP 10 PAESI PER SPESA PRO CAPITE, 2019

SPESA PRO CAPITE MONDIALE

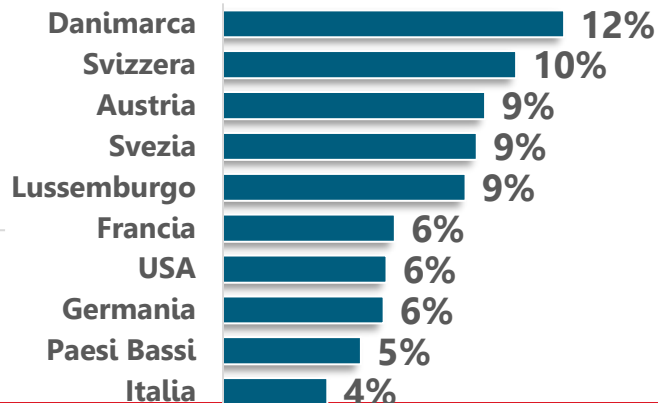
€/persona, 2010 VS 2019



Fonte: Nomisma su dati Fibl



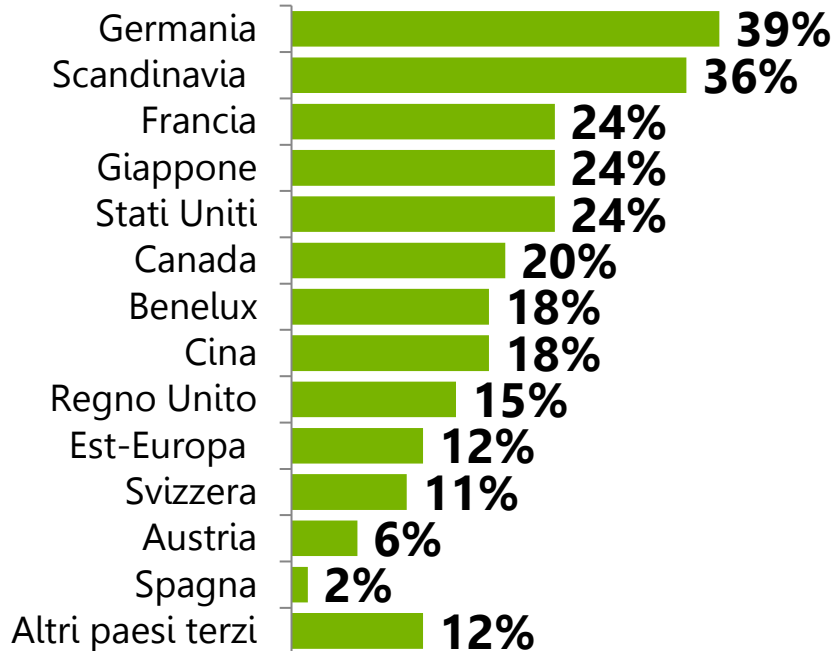
PER QUOTA SPESA BIO SU TOTALE ALIMENTARE, 2019



MKT PIÙ PROMETTENTI PER MADE IN ITALY BIO

SULLA BASE DELL'ESPERIENZA DELL'AZIENDA, QUALI SONO I MERCATI CHE HANNO LE MAGGIORI PROSPETTIVE DI CRESCITA PER I PRODOTTI BIO MADE IN ITALY?

RISPOSTA MULTIPLA



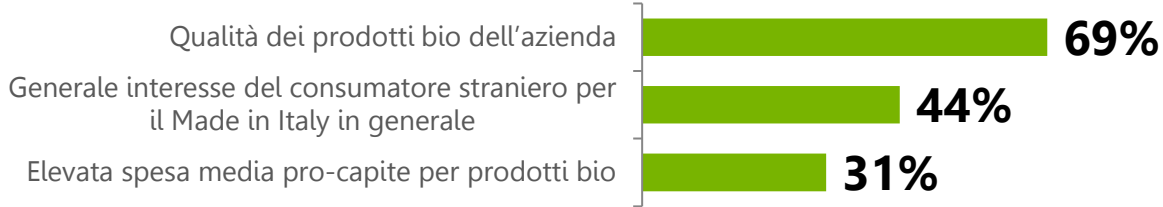
Base di calcolo:
IMPRESE ESPORTATRICI BIO




Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

FATTORI DI SUCCESSO & SFIDE SUI MKT ESTERI

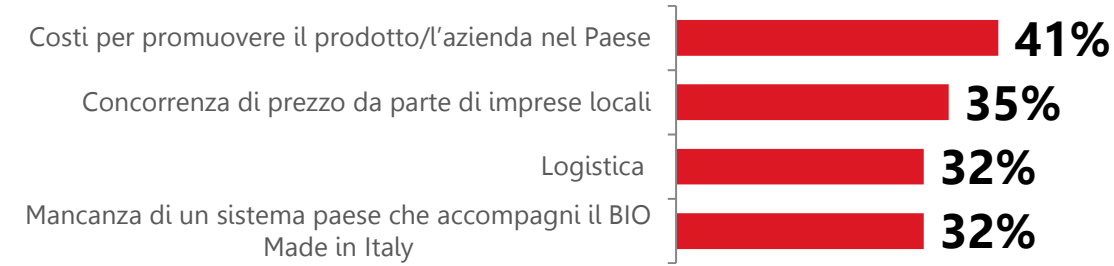
FATTORI DI SUCCESSO DEI PRODOTTI BIO RISPOSTA MULTIPLA



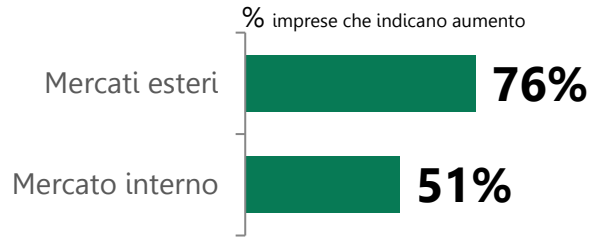
Base di calcolo:
IMPRESE ESPORTATRICI BIO



OSTACOLI ALLA VENDITA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

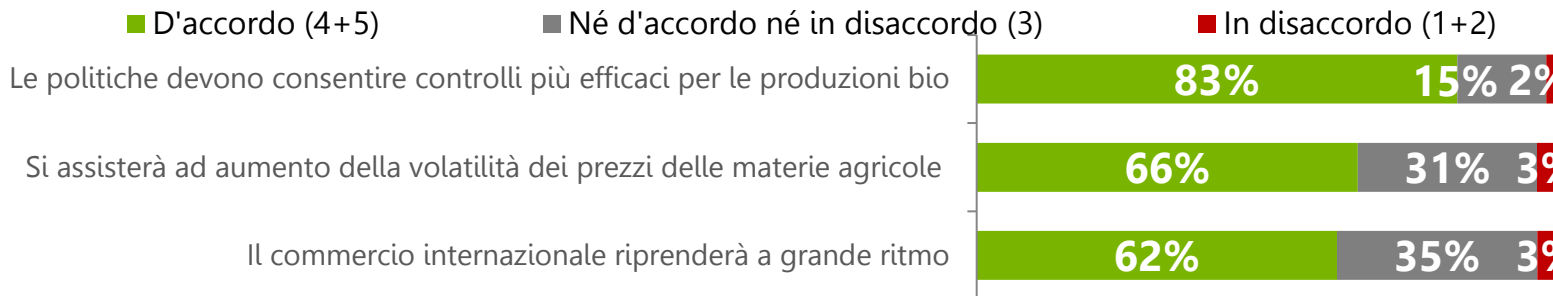


VENDITE BIO PREVISIONI 2022

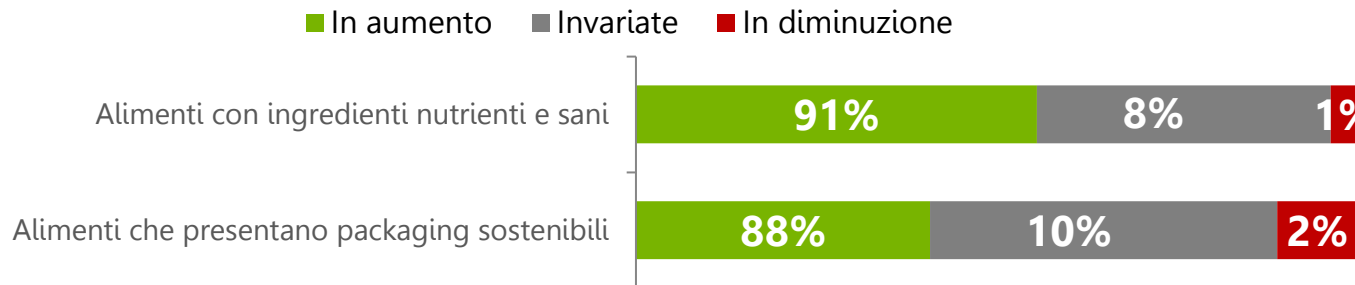


Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

SFIDE DELLE FILIERE AGROALIMENTARI (CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AL BIO)



NUOVI COMPORAMENTI DI ACQUISTO ALIMENTARE DEI CONSUMATORI



Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

ITA.BIO

**IL POTENZIALE DEL BIO
MADE IN ITALY**



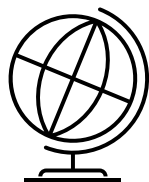
RUOLO DEL MADE IN ITALY NEL FOOD

QUAL È L'ORIGINE DEI PRODOTTI ALIMENTARI STRANIERI (CIBO+BEVANDE) CHE HA CONSUMATO NELL'ULTIMO ANNO?

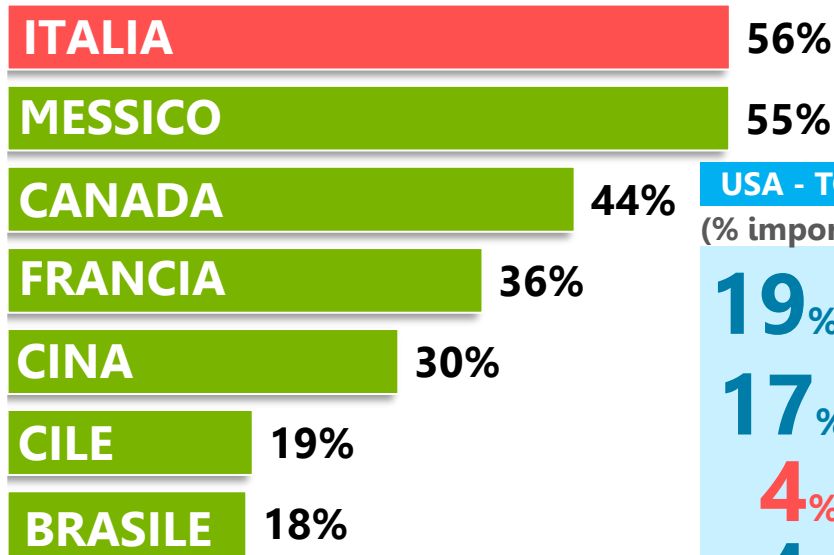


81%

CONSUMATORI
DI PRODOTTI
STRANIERI

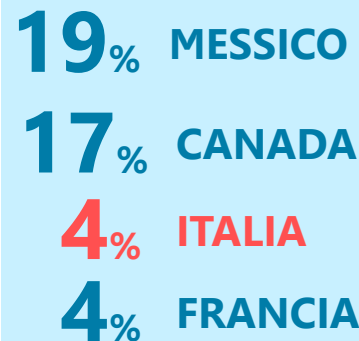


PRODOTTI STRANIERI PIÙ CONSUMATI – CLASSIFICA PAESI DI PROVENIENZA % calcolate su chi ha acquistato prodotti alimentari stranieri



USA - TOP IMPORTER AGROALIMENTARE

(% import per Paese, valori, 2019)



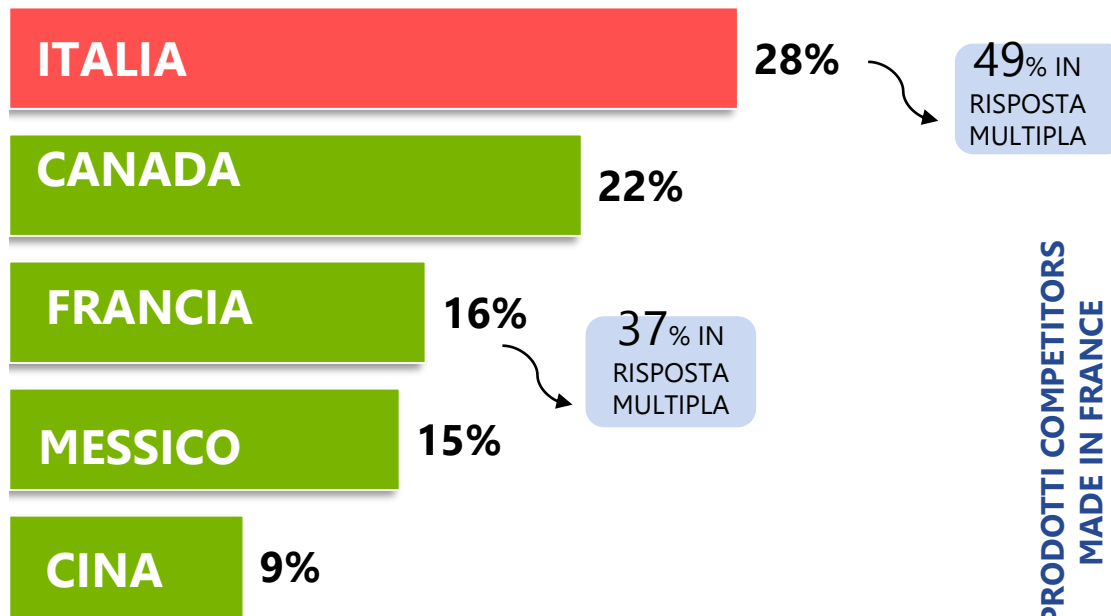
Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – USA Consumer survey

ITALIA TOP QUALITY NEL F&B

SECONDO LEI, QUAL È IL PAESE STRANIERO CON I PRODOTTI ALIMENTARI (CIBO+BEVANDE) DI MAGGIORE QUALITÀ?

PRODOTTI STRANIERI PIÙ APPREZZATI – CLASSIFICA TOP 5 PAESI DI PROVENIENZA

% calcolate su popolazione 18-65 anni



USA - TOP PRODOTTI ITALIANI PIÙ CONSUMATI

(% calcolate su popolazione 18-65 anni)

PRODOTTI COMPETITORS
MADE IN FRANCE

- 57% FORMAGGIO
- 55% PASTA
- 55% OLIO EVO
- 47% PASSATE
- 38% VINO

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – USA Consumer survey

TREND DI CONSUMO IN USA



Survey NY, LA, SF

25%

**HA CAMBIATO CONSUMI A FAVORE DI SCELTE
ETICHE/A SUPPORTO AMBIENTE**



28%

**FORTE ATTENZIONE ALL'IMPATTO
AMBIENTALE DEL PRODOTTO**

65%

**INTERESSATO A PRODOTTI
CON CARATTERISTICHE
SALUTISTICHE/HEALTHY**

+35%

**NUMERO DI RICERCHE
ONLINE PER TERMINE
«ORGANIC» su piattaforma
B2B ALIBABA**

Fonte: Progetto ITA.BIO (www.ita.bio) Nomisma per ICE-Agenzia – USA Consumer survey

Fonte: Alibaba.com

MOTIVI DI ACQUISTO DEL BIO

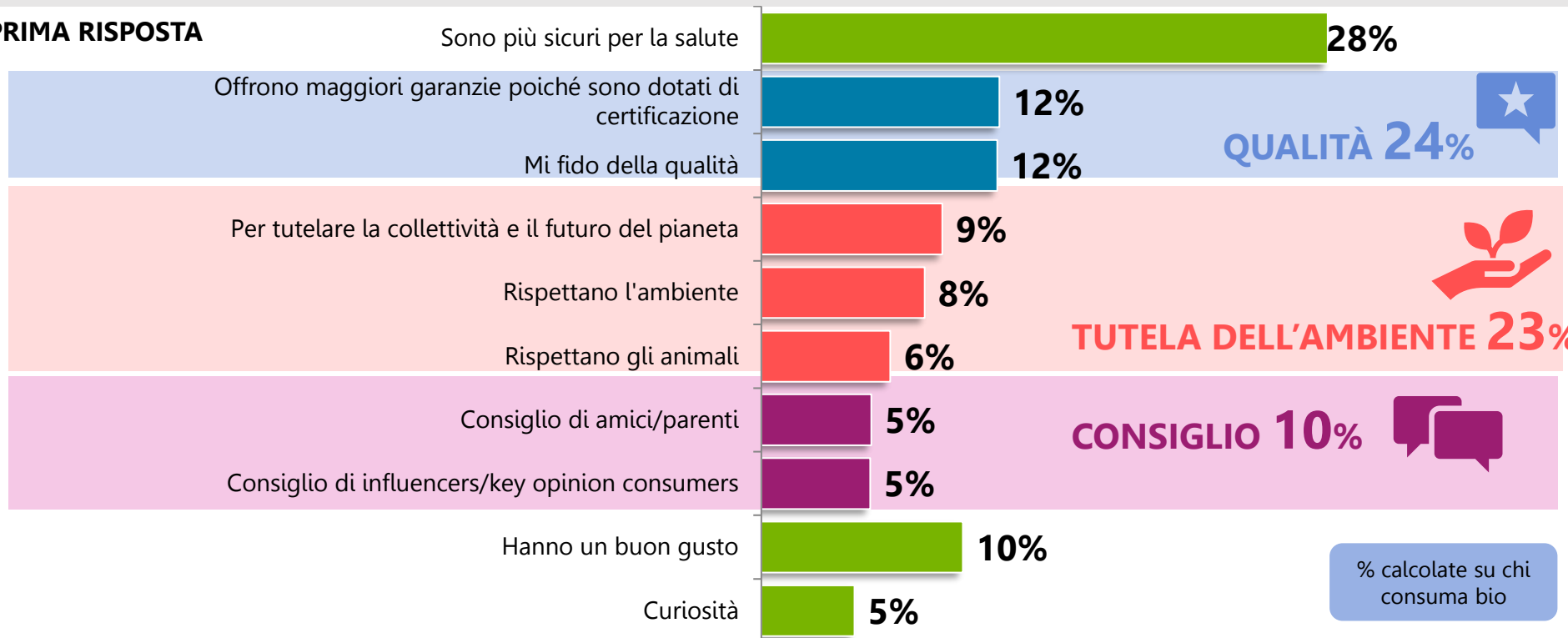


ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e

FEDERBIO
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E SICURANZA

LEI ACQUISTA PRODOTTI ALIMENTARI BIO PERCHÉ...?

PRIMA RISPOSTA



Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – CINA Consumer survey

AZIONI A SUPPORTO DEL BIO

IN GENERALE QUALI PENSA POSSANO ESSERE LE AZIONI PIÙ EFFICACI A SUPPORTO DELLO SVILUPPO DEL BIO ITALIANO A LIVELLO NAZIONALE E INTERNAZIONALE NEI PROSSIMI ANNI?

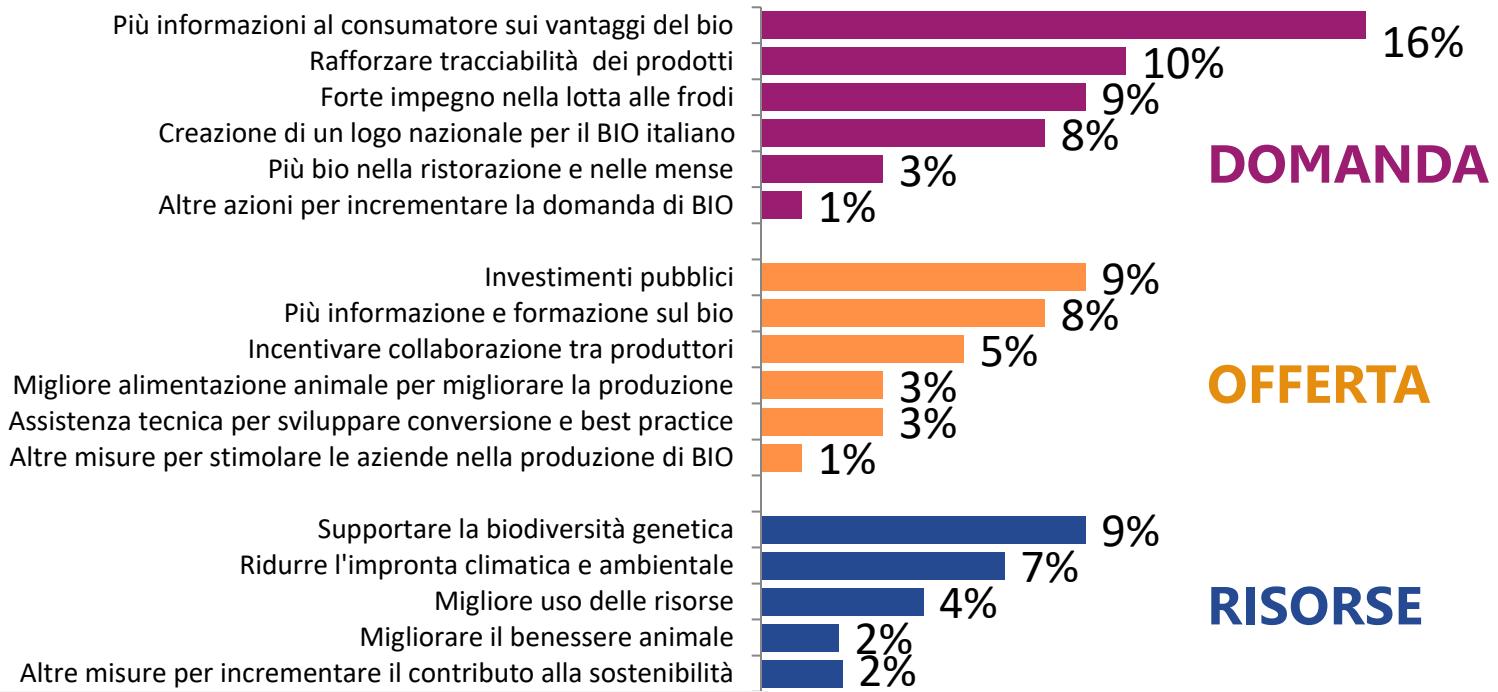
Base di calcolo: IMPRESE BIO

% DI AZIENDE CHE INDICANO CIASCUN AMBITO DI AZIONE COME IL PIÙ EFFICACE PER LO SVILUPPO DEL BIO (Prima risposta)

47%
STIMOLARE LA DOMANDA E LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI

29%
STIMOLARE L'OFFERTA QUINDI LA CONVERSIONE E LA PRODUZIONE

24%
MIGLIORARE IL CONTRIBUTO DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA ALLA SOSTENIBILITÀ



Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

CHI

IN CHE MODO, SECONDO LEI, NEI PROSSIMI ANNI SI POTRÀ GARANTIRE UN MAGGIORE SVILUPPO DEL COMPARTO BIO IN ITALIA? (BASE DI CALCOLO: TOT POPOLAZIONE)

ISTITUZIONI

59%

PRIMA RISP IN ORDINE DI IMPORTANZA



44%

- Più comunicazione/pubblicità istituzionale sul bio
- Introdurre meccanismi d'incentivazione di produzione bio dedicati a industria/retailer/



15%

- Promuovere maggiormente la conoscenza del marchio e delle sue caratteristiche

MAGGIORE «ACCESSIBILITÀ» AL BIO NELLA RISTORAZIONE

21%

- Maggiore disponibilità in ristoranti e bar
- Presenza nei menù delle mense scolastiche



FILIERA AGRICOLA

19%

- Intensificazione delle conversioni al metodo dell'agricoltura biologica
- Innovazione di prodotto

ALTRO

1%

COME

1

COMUNICAZIONE / INFORMAZIONE



2

BIO & GEN ZETA



3

VALORIZZAZIONE DEI TERRITORI



PIANO DI AZIONE EUROPEO



ASSE #1:

Stimolare la domanda e la fiducia dei consumatori

AZIONE #1:

Informazione e comunicazione per un aumento della consapevolezza dei cittadini

AZIONE #1.2 e 1.3:

Promuovere le mense bio e incrementare l'uso di appalti pubblici verdi & Rinforzare i programmi biologici scolastici

AZIONE #2.4:

rinforzare la lavorazione locale e di piccolo volume e favorire il circuito commerciale corto biodistretti

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2021 – Consumer Survey

MISSION

ALIMENTARE LA PIATTAFORMA **ITA.BIO** PER SUPPORTARE L'ACCESSO DELLE IMPRESE BIO ITALIANE SUI MERCATI INTERNAZIONALI GRAZIE ALLA CONDIVISIONE DI UN SERVIZIO INFORMATIVO IN GRADO DI MONITORARE LE OPPORTUNITÀ SUI MERCATI TARGET

OBIETTIVI



Valutati in base alle esigenze informative delle stesse imprese raccolte tramite un questionario sulla piattaforma ITA.BIO

Rafforzare ulteriormente le iniziative di ITA.BIO realizzando:

1. Proseguire le attività di monitoraggio e dimensionamento dell'export bio made in italy
2. Nuovi focus mercati & prodotti:
 - A. Schede Paese (5 paesi)
 - B. Survey sul consumatore (2 paesi)
3. Supportare ICE nel rispondere alle esigenze informative delle imprese (es. mappatura dei principali distributori/importatori/retailers ...)
4. Rafforzamento delle attività di comunicazione per incrementare la notorietà della piattaforma





Nomisma
Strada Maggiore, 44 | 40125
Bologna (Italy)
website: nomisma.it



CONTACT DETAILS

SILVIA ZUCCONI

Responsabile MARKET INTELLIGENCE

@ silvia.zucconi@nomisma.it

T +39 051 6483157

M +39 348 1404616