



I NUMERI CHIAVE DEL BIO

TREND, CANALI, CATEGORIE DI PRODOTTI, COMPORTAMENTI DI ACQUISTO

REPORT PREPARATO DA

SILVIA ZUCCONI

Bologna, 22.04.2016

© 2016 NOMISMA All rights reserved

Contains Nomisma's Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Nomisma

1



Bio in cifre

SUPERFICI, OPERATORI E VENDITE

AGRICOLTURA BIO AT GLANCE

1,39 mln ettari **+5,4%** rispetto al 2013

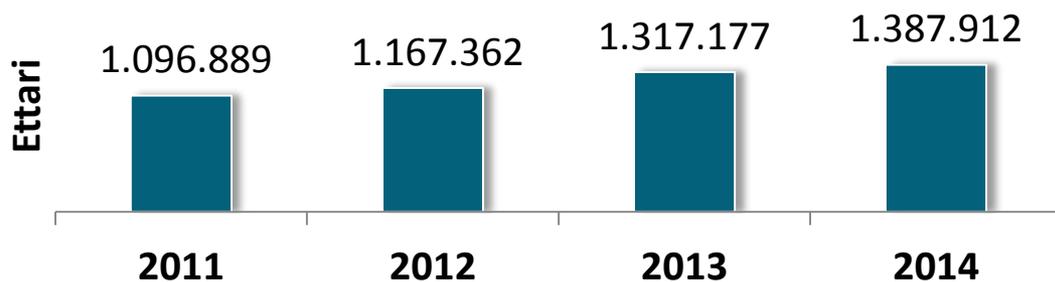
71% bio consolidata **29%** in conversione

55.433 operatori **+5,8%** rispetto al 2013

10,8% della superficie agricola italiana è bio

3,2% quota Italia sulle superfici mondiali

12% quota Italia sulle superfici europee



Fonte: Nomisma su dati SINAB e Istat

AGRICOLTURA BIO AT GLANCE

57 Mila ettari **+0,2%** rispetto al 2013

2.187 operatori **+1,2%** rispetto al 2013

12,7% della superficie agricola delle Marche è bio

4% quota Marche sulle superfici bio in Italia

4% quota Marche sugli operatori bio in Italia



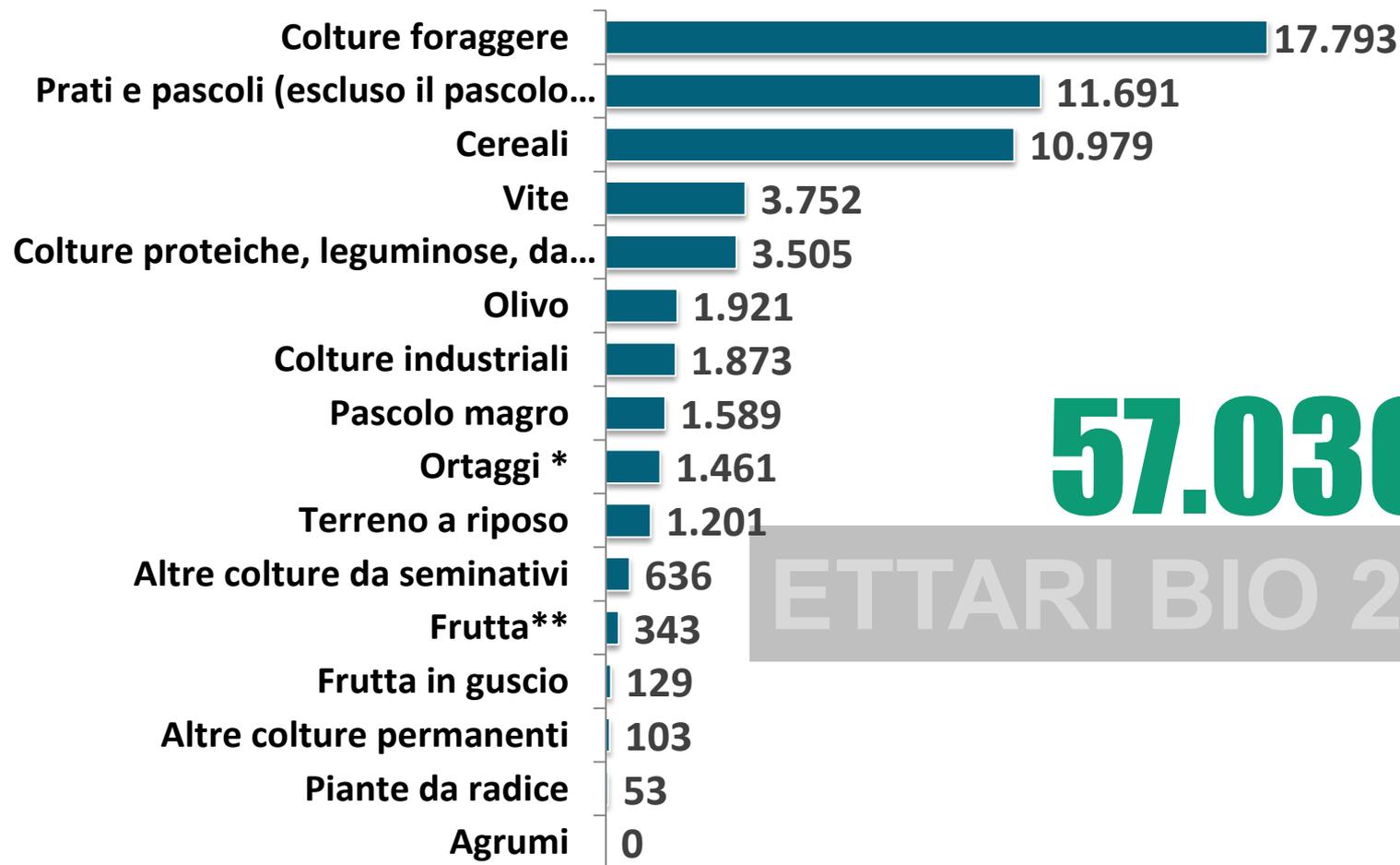
LE MARCHE SONO ALL'OTTAVO POSTO IN ITALIA PER NUMERO DI OPERATORI BIO E PER SUPERFICI

Marche
2014

**REGIONE
MARCHE**



BIOLOGICO NELLE MARCHE: COLTURE E SUPERFICI



57.030 ha

ETTARI BIO 2014

* Compresa fragole e funghi
 ** Compresi «piccoli frutti»

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati SINAB.

I CONSUMI ALIMENTARI IN ITALIA

Come si posiziona il trend del bio rispetto ai consumi alimentari nel complesso?

Vendite

2015 su 2014
+1,3%

2015 su 2014
+1,9%
GDO

2015 su 2014
-0,4%
PICCOLE
SUPERFICI

**TOTALE
FOOD**

2015 su 2014
+20%
OFF TRADE
GDO

2015 su 2014
+13%
OFF TRADE
SPECIALIZZATO

2015 su 2014
+10%
ON TRADE
HORECA

BIO

La crescita del bio in Italia è sostenuta sia dall'incremento del numero di famiglie acquirenti (+2,5 milioni solo nell'ultimo anno) e dall'intensità di acquisto (la quota di consumi a marchio bio oggi è pari al 2,9% - solo 5 anni fa era al 1,9%)

DOMANDA DI BIO PER CANALE IN ITALIA 2015

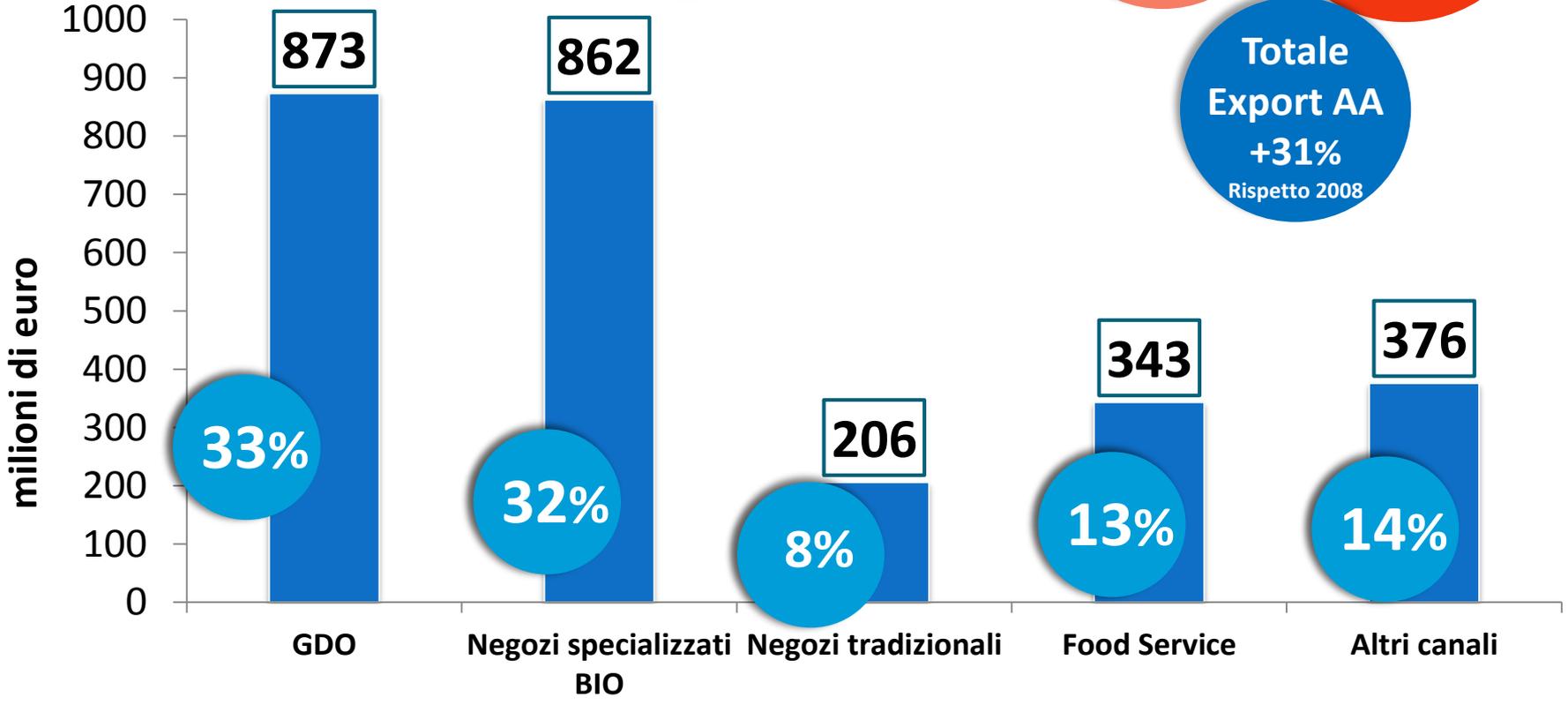
2.660 mln €
sul mkt interno

+10%
Rispetto 2014

+337%
Rispetto 2008

1.420
EXPORT BIO
MLN €

Totale Export AA
+31%
Rispetto 2008



Fonte: Nomisma su dati ISMEA-Assobio

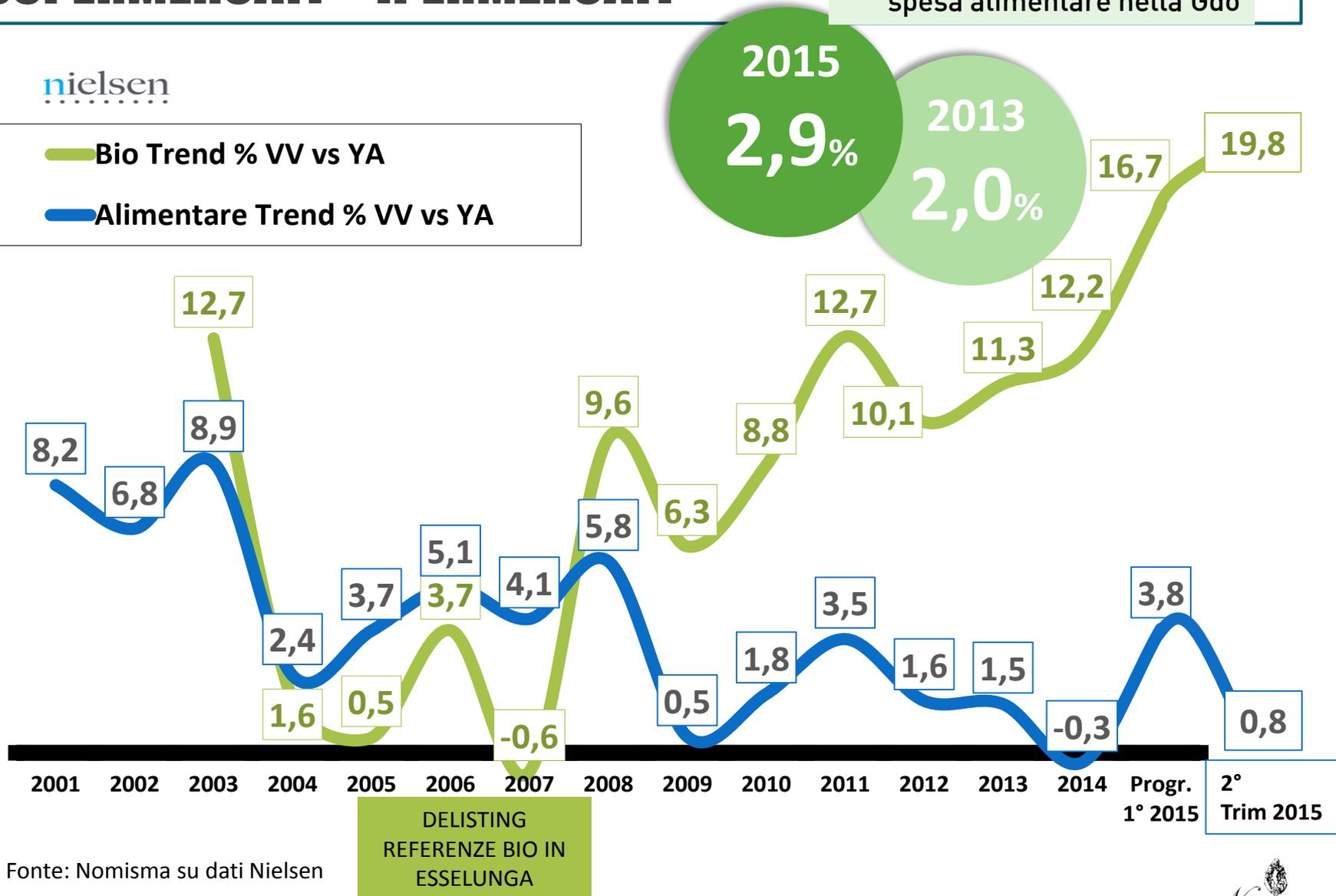


PRODOTTI BIOLOGICI PESO IMPOSTO SUPERMERCATI + IPERMERCATI

% BIO su TOT spesa alimentare nella Gdo

nielsen

- Bio Trend % VV vs YA
- Alimentare Trend % VV vs YA



Fonte: Nomisma su dati Nielsen

DELISTING
REFERENZE BIO IN
ESSELUNGA

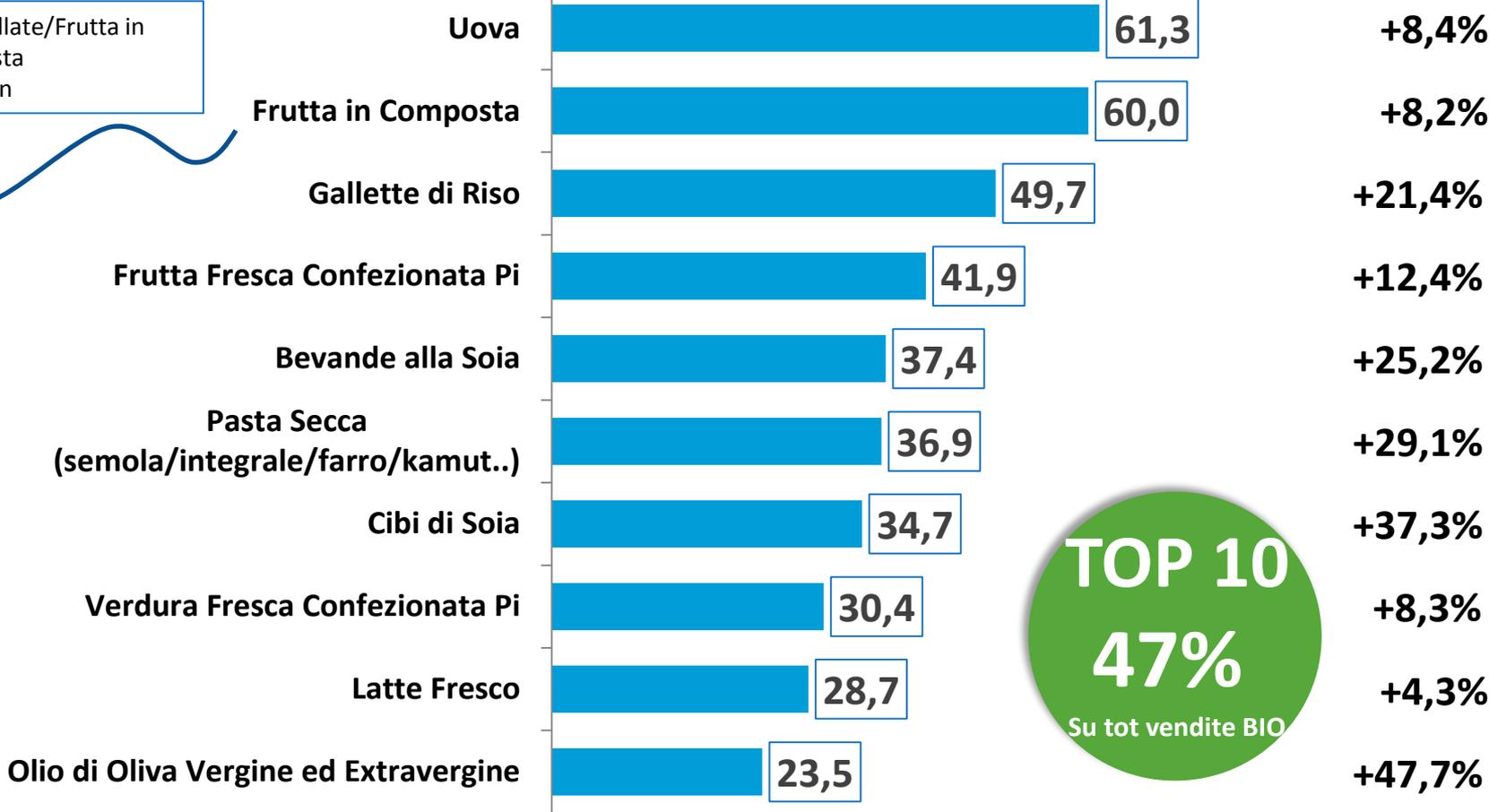
IPER + SUPER: TOP 10 CATEGORIE 2015

VENDITE (mln €, anno terminante 22.11.2015)

PRODOTTI BIO CONFEZIONATI PI

Trend vs YA

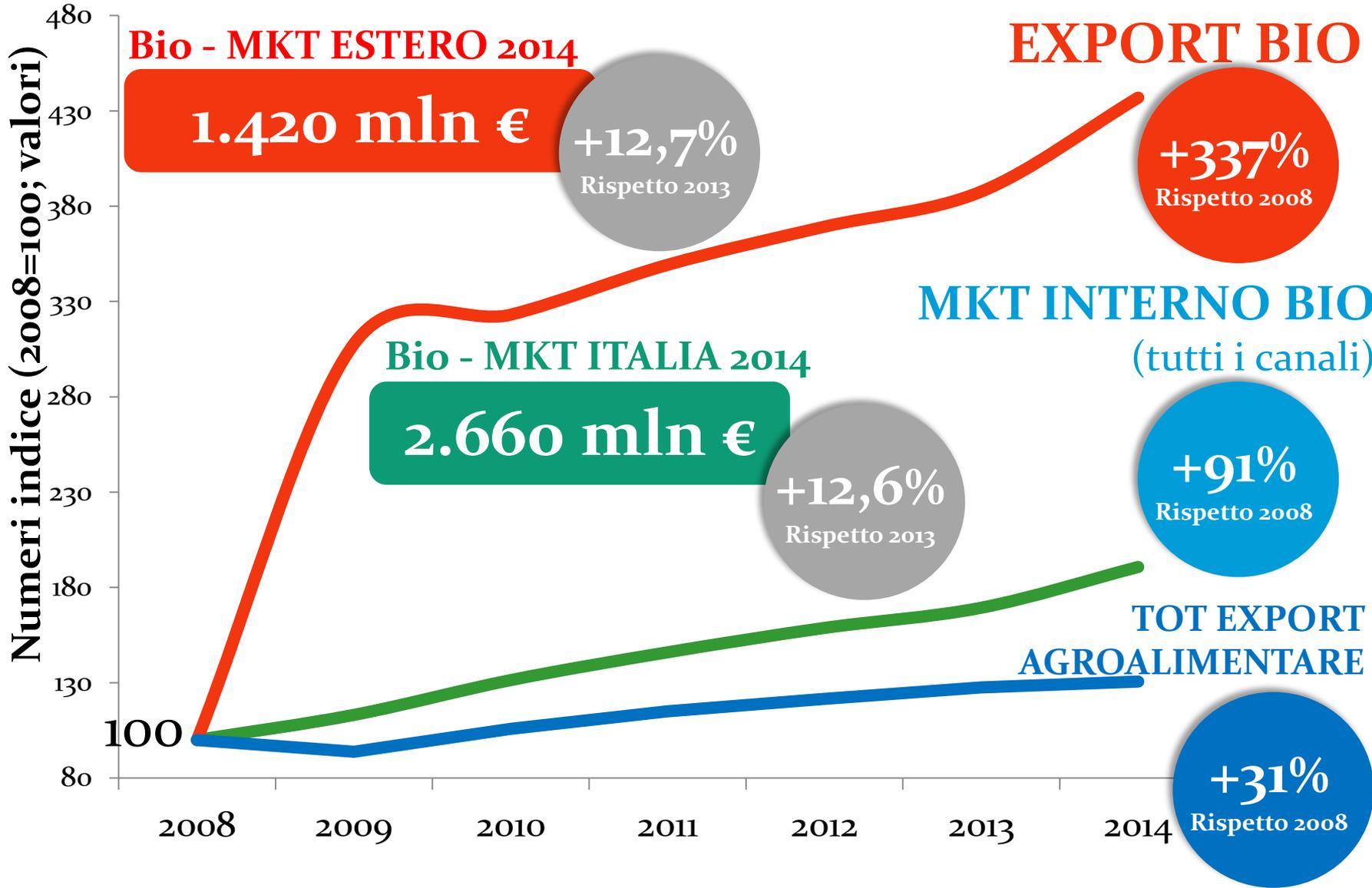
Marmellate/Frutta in composta
67,4 mln



TOP 10
47%
Su tot vendite BIO

Fonte: Nomisma su dati Nielsen

TREND DI MERCATO



Fonte: NOMISMA e ASSO BIO per Osservatorio SANA 2015



2



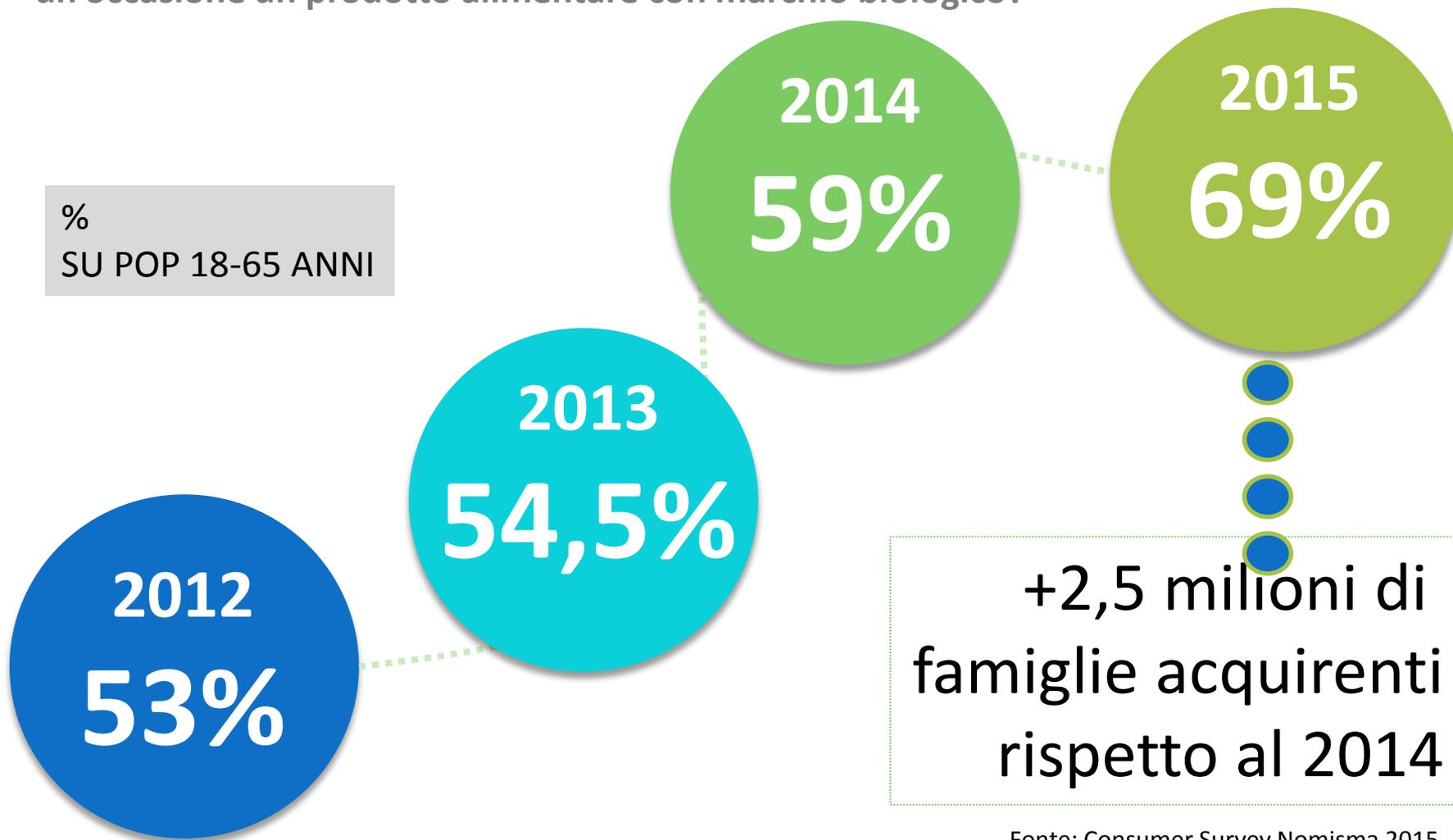
CONSUMPTION HABITS

I risultati della
Consumer Survey Nomisma

TASSO DI PENETRAZIONE PRODOTTI BIO

Negli ultimi 12 mesi, per sé o per la sua famiglia, ha acquistato, in almeno un'occasione un prodotto alimentare con marchio biologico?

%
SU POP 18-65 ANNI



Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015

TASSO DI PENETRAZIONE DEL BIO PER TARGET

% SU POP 18-65 ANNI

ABITUDINI ALIMENTARI

CLASSE REDDITO MENSILE FAMILIARE

COMPOSIZIONE NUCLEO FAMILIARE

TITOLO STUDI DEL RESP ACQUISTI

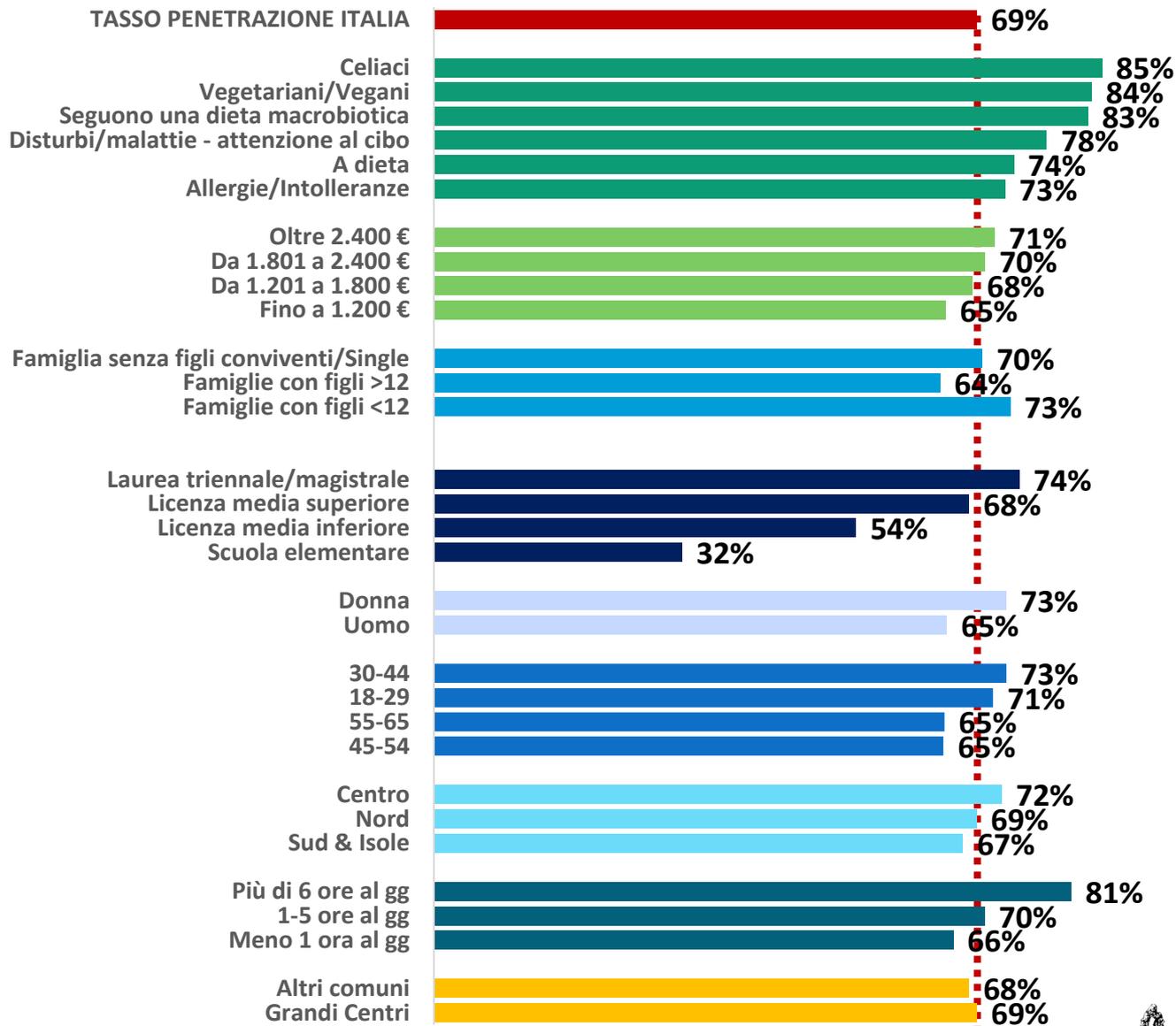
GENERE DEL RESP ACQUISTI

ETÀ DEL RESP ACQUISTI

AREA

INTERNET (numero ore/gg)

COMUNE DI RESIDENZA



Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015

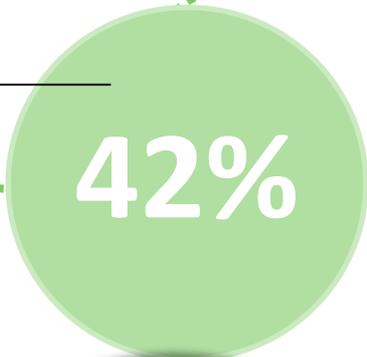


FREQUENZA DI CONSUMO DEI PRODOTTI BIO

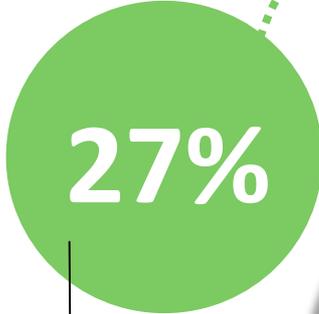
Nella sua famiglia con quale frequenza si consumano, mediamente, prodotti alimentari con marchio biologico?

% SU USER BIO

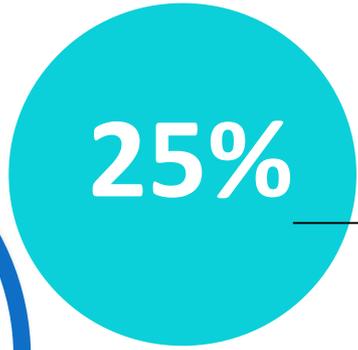
Almeno una volta a settimana



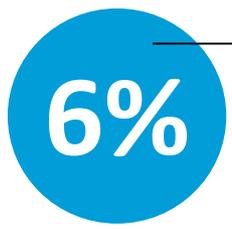
FREQUENT USER 69%
 LA QUOTA DI FREQUENT USER BIO È PIÙ ALTA TRA CHI CONSUMA BIO DA PIÙ TEMPO (80% TRA CHI ACQUISTA BIO DA PIÙ DI 5 ANNI)



Ogni giorno o quasi



Qualche volta al mese

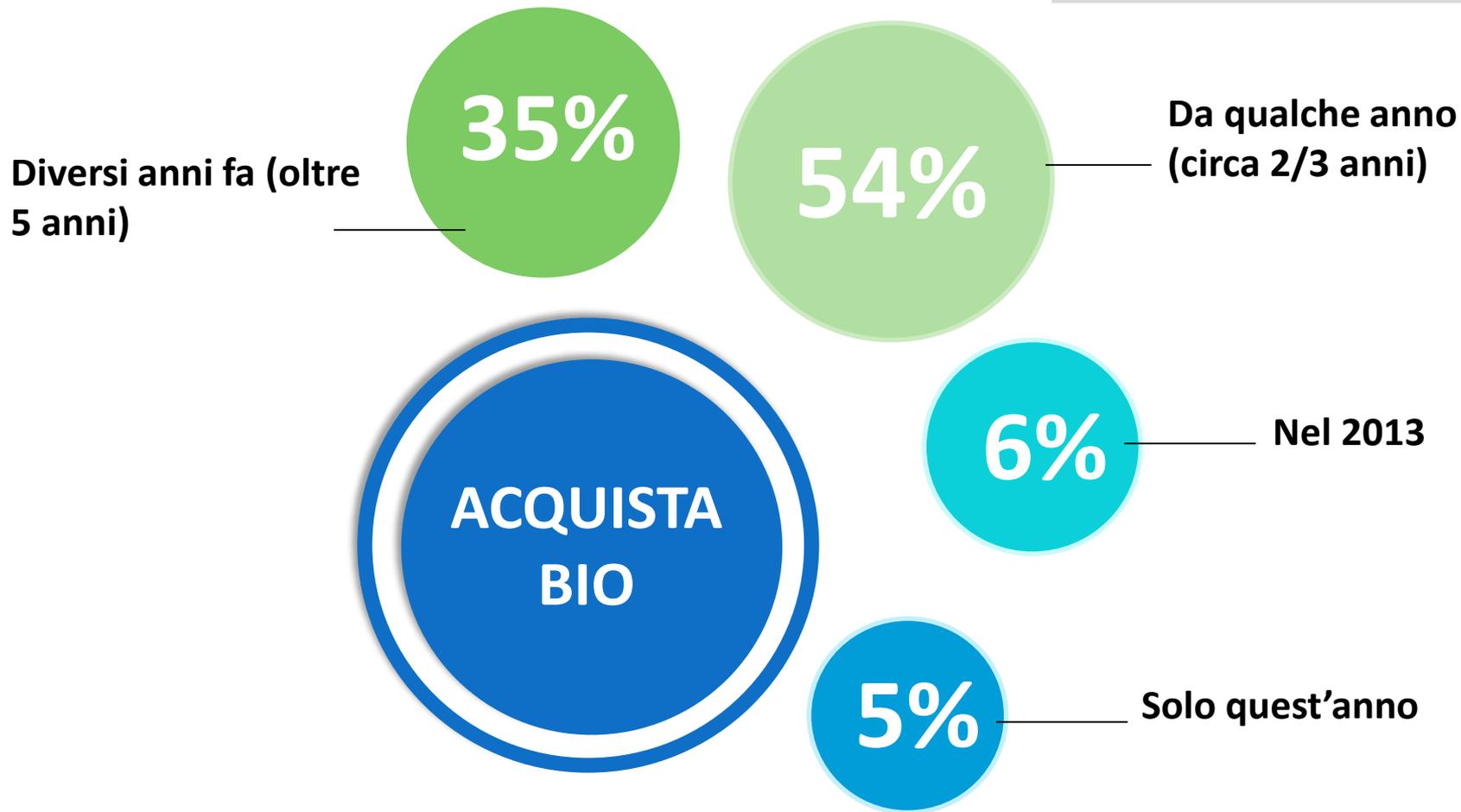


Più raramente

L'ESPERIENZA DEL BIO: NOVIZI VS FEDELI

Da quanto tempo per sé o per la sua famiglia acquista prodotti alimentari a marchio biologico?

% SU USER BIO

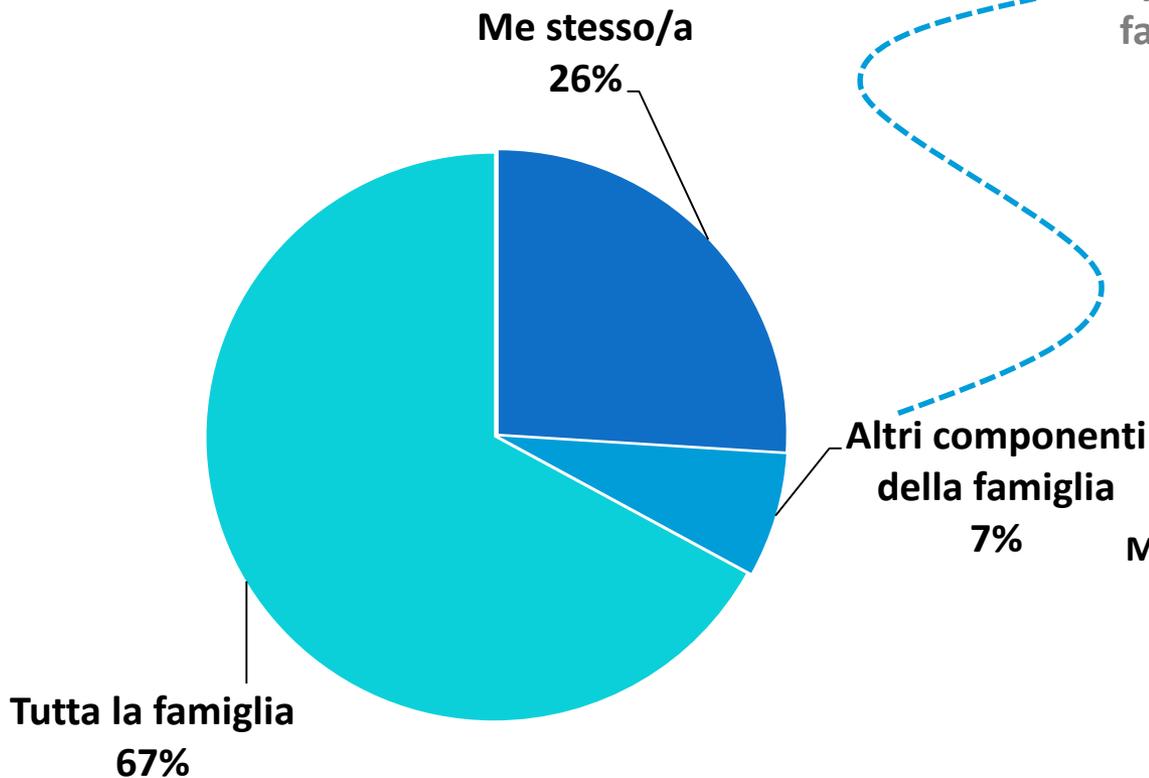


Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015

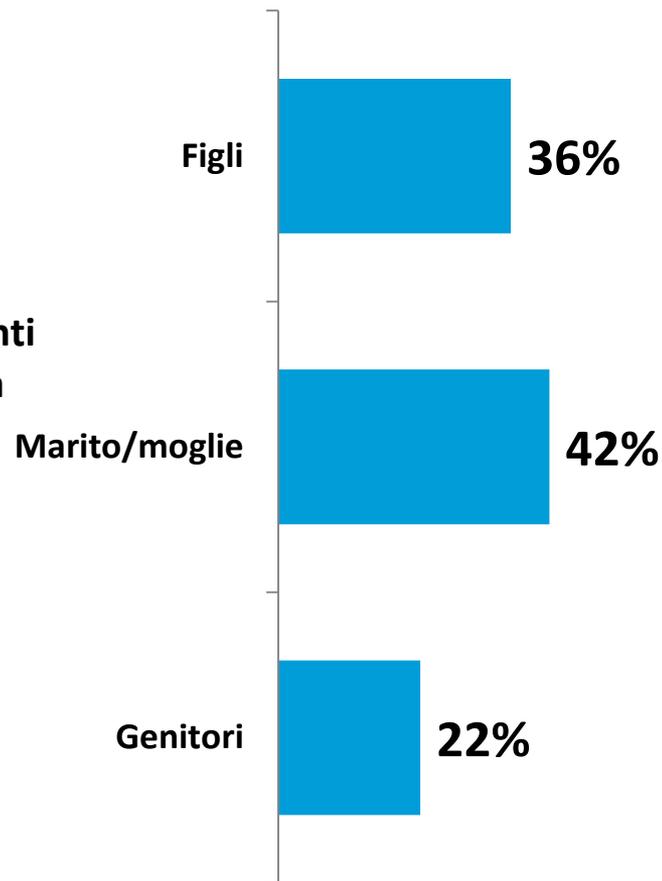
IL BIO TRA I COMPONENTI DELLA FAMIGLIA

I prodotti alimentari biologici che acquista sono destinati/consumati soprattutto da ...

% SU USER BIO



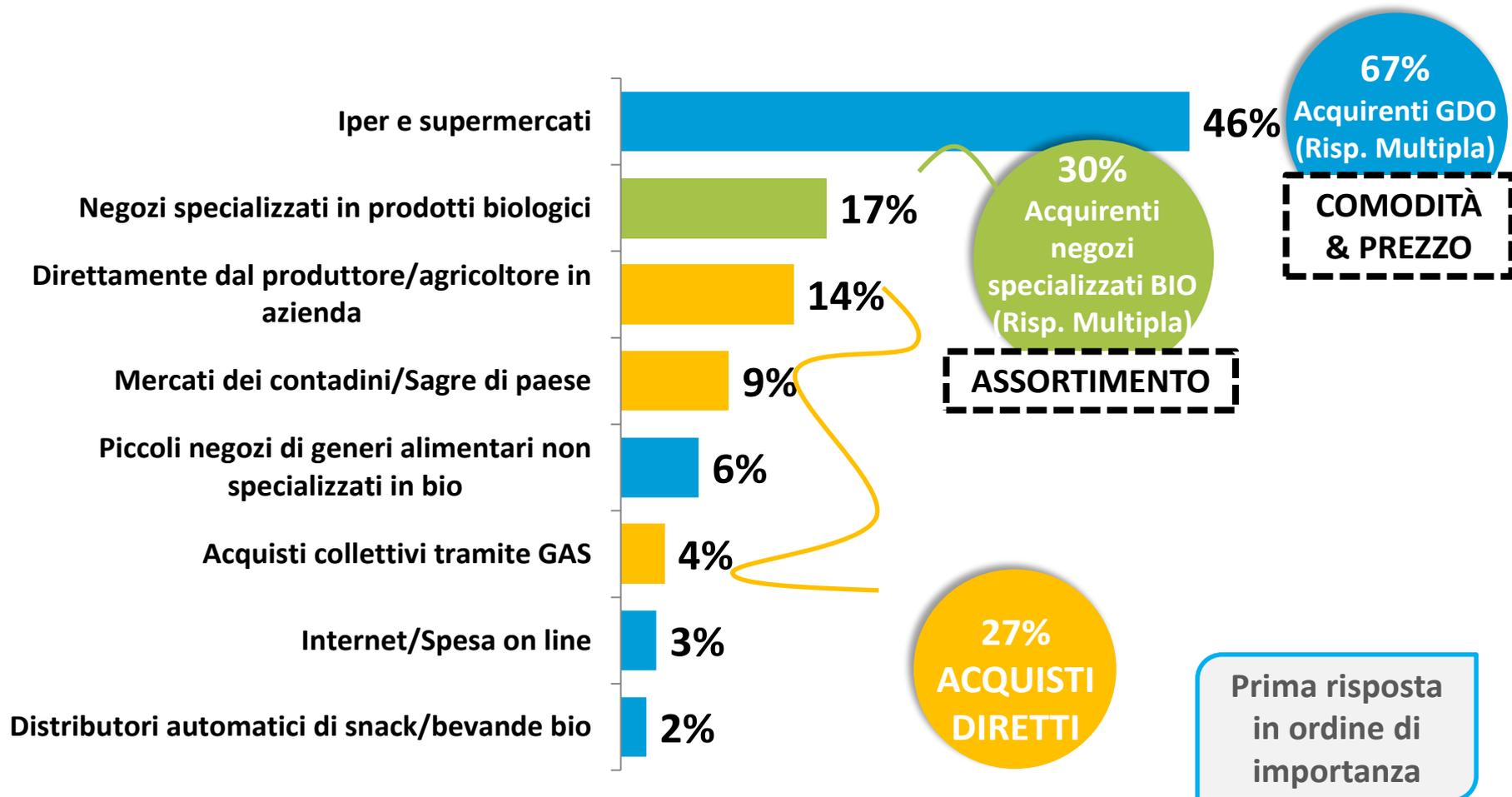
In particolare, da quali componenti della famiglia vengono consumati i prodotti alimentari biologici che compra?



Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015

I CANALI DI ACQUISTO DEL BIO

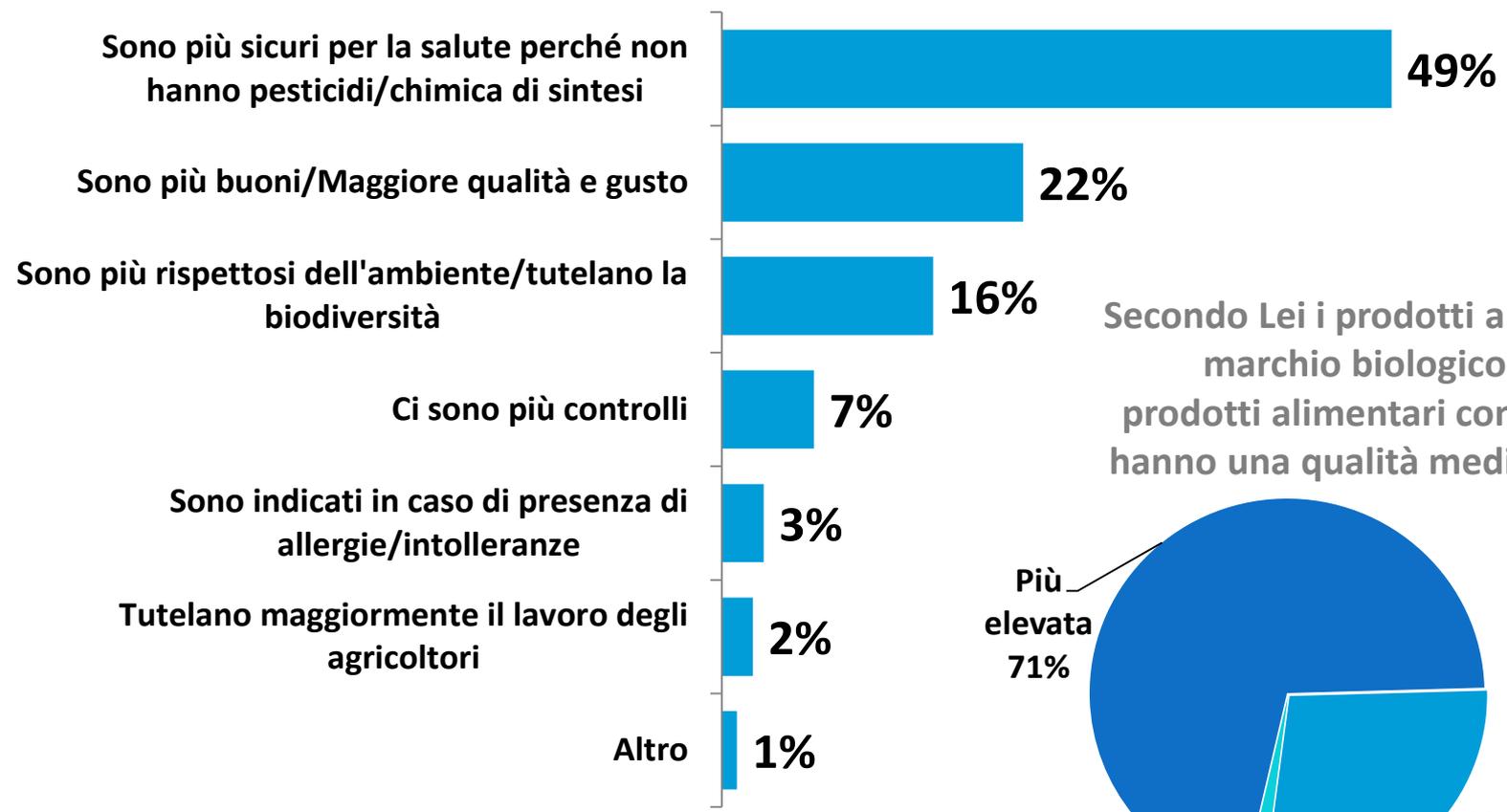
In quali tipologie di punti vendita effettua più frequentemente la spesa di prodotti alimentari biologici?



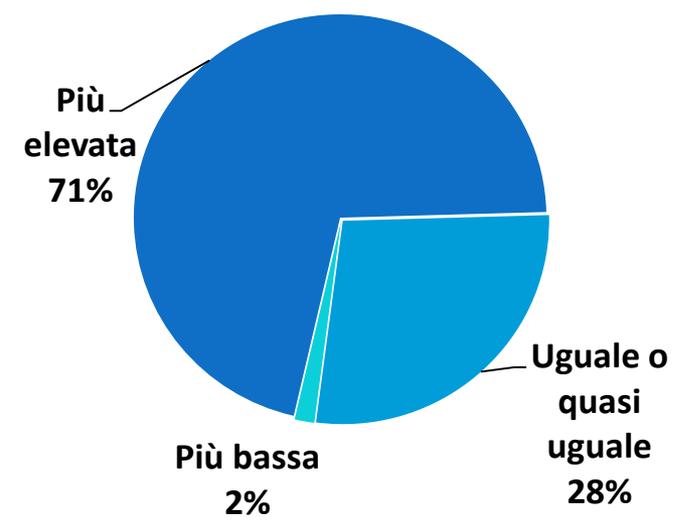
Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015

PERCHÉ OGGI ACQUISTA BIO

Oggi, invece, Lei acquista prodotti alimentari biologici principalmente perché ...



Secondo Lei i prodotti alimentari a marchio biologico rispetto ai prodotti alimentari convenzionali hanno una qualità mediamente...

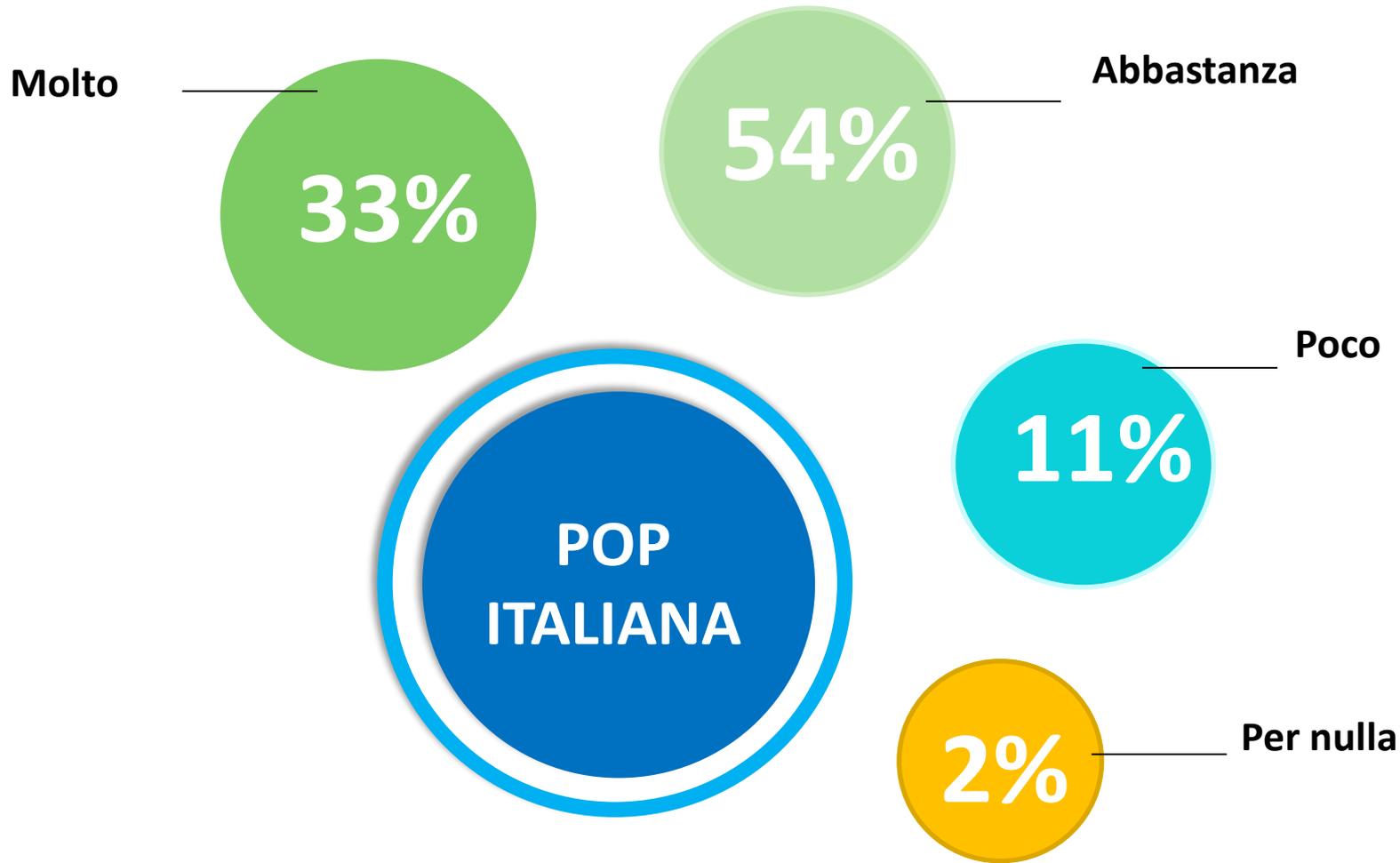


Prima risposta in ordine di importanza

Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015

LA TUTELA DELL'AMBIENTE NEI CRITERI DI SCELTA

Nella decisione dell'acquisto di un prodotto alimentare quanto è importante che anche la confezione sia rispettosa dell'ambiente (per esempio fatta con materiali completamente riciclabili, con un imballaggio ridotto ...)?



Fonte: Consumer Survey Nomisma 2015



CONTATTI



SILVIA ZUCCONI

COORDINATORE AGROALIMENTARE

Nomisma SPA

silvia.zucconi@nomisma.it

T. +39 (051) 6483157 - M. 348 1404616