



I NUMERI CHIAVE DEL BIO

TREND, CANALI, CATEGORIE DI PRODOTTI, COMPORTAMENTI DI ACQUISTO





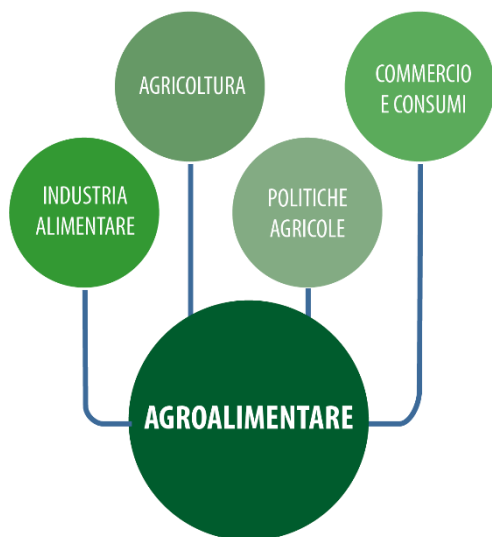
NOMISMA & IL BIO

CHI SIAMO

Nomisma è una società indipendente che realizza attività di ricerca e consulenza economica per imprese, associazioni e pubbliche amministrazioni, a livello nazionale e internazionale.

Competenze, metodi, capacità di interpretazione dei fenomeni, innovazione: sono i valori che Nomisma offre ai clienti con l'obiettivo di fornire un supporto concreto ai processi conoscitivi e decisionali.

NOMISMA AGROALIMENTARE



Da oltre 30 anni, **NOMISMA** ha un *team* di lavoro completamente dedicato all'analisi del settore primario, dell'industria alimentare, dei relativi processi distributivi e di consumo. Il *team* NOMISMA AGROALIMENTARE offre strumenti e servizi a supporto dell'interpretazione delle dinamiche delle filiere e del monitoraggio delle opportunità di mercato. L'attività di analisi e consulenza svolta dall'unità AGROALIMENTARE è riconosciuta in ambito nazionale ed europeo.

NOMISMA: L'EXPERTISE NEL BIO



salone internazionale del biologico e del naturale
international exhibition of organic and natural products

Dal 2012 Nomisma cura l'Osservatorio SANA – principale fiera italiana sul bio



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Nomisma ha avviato alcune collaborazioni con ICE attraverso il monitoraggio delle performance del bio made in Italy (misurazione dell'export e potenziale della domanda in US, Canada, UK, Germania)

3 DIMENSIONI DELL'ANALISI





**SUPERFICI E VENDITE:
LO SCENARIO**

Superfici bio

MONDO

Milioni di ettari

bio su tot

1,1%

2015

50,9

Var %
2015-2005

+69%

EUROPA

Milioni di ettari

bio su tot

2,5%

2015

12,7

Var %
2015-2005

+74%

**25% SU
MONDO**

ITALIA

Milioni di ettari

bio su tot

12%

2015

1,5

Var %
2015-2005

+30%

SUPERFICI E OPERATORI BIO IN ITALIA



SUPERFICI 2015

- 1,5 milioni di ettari: +7,5% rispetto al 2014 +37% rispetto al 2011

Superficie 2015: 71% bio consolidata; 29% bio in conversione

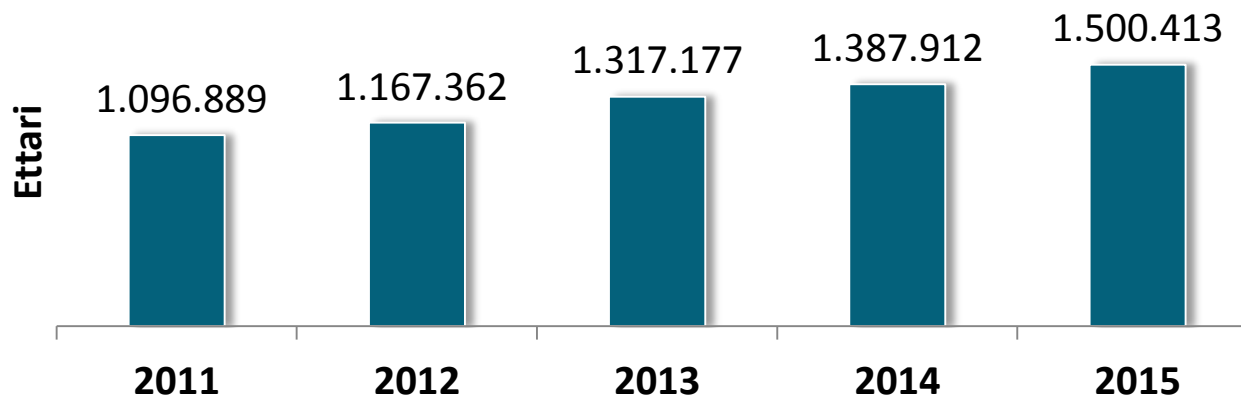
OPERATORI 2015

- +8,2% rispetto al 2014
- Nel 2015 60.000 operatori bio in Italia

ITALIA
3% delle superfici bio su mondo (2014)

12% delle superfici bio d'Europa (2014)

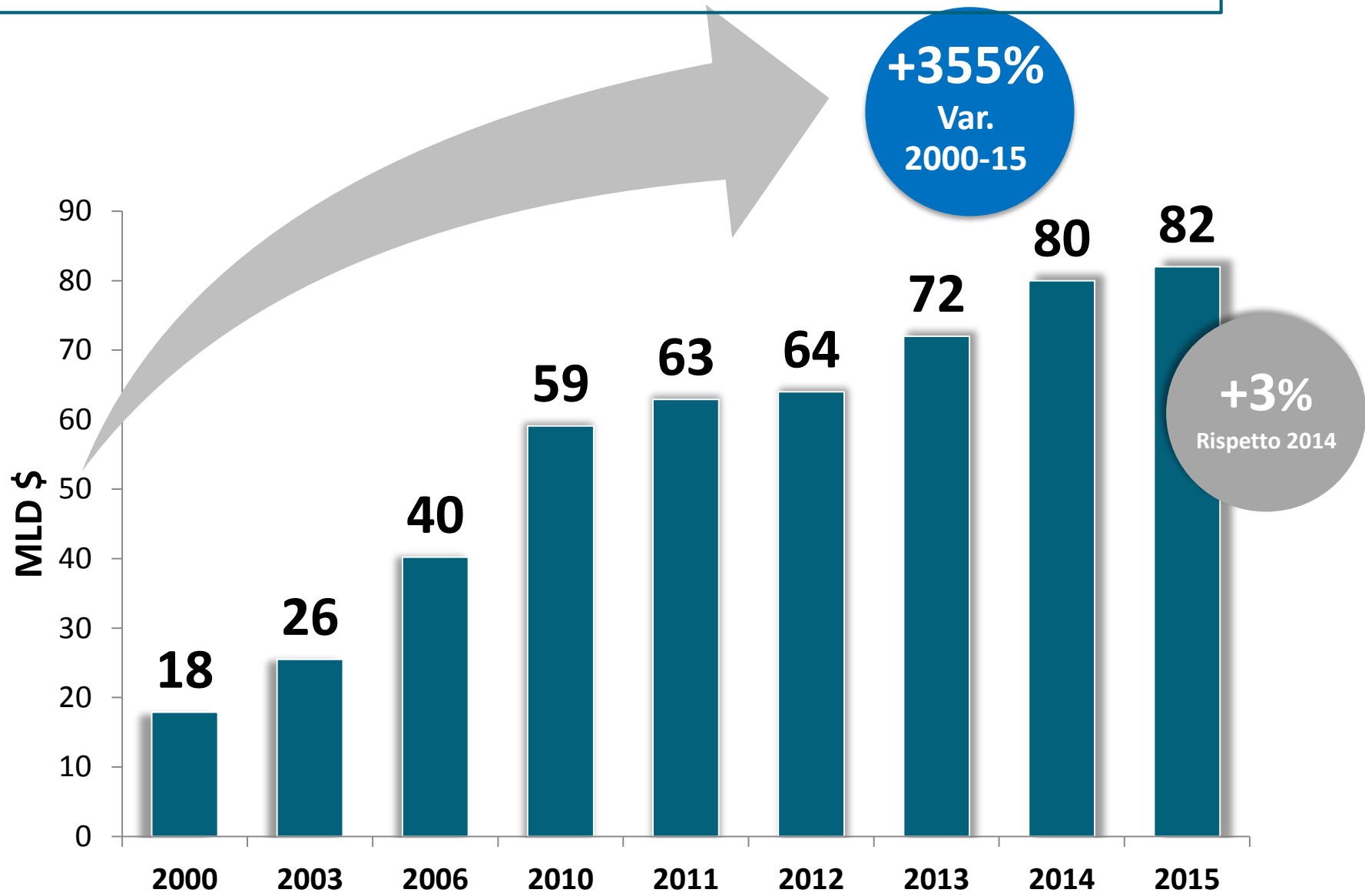
12% della superficie agricola è bio (2015)



Fonte: Nomisma su dati SINAB e Istat

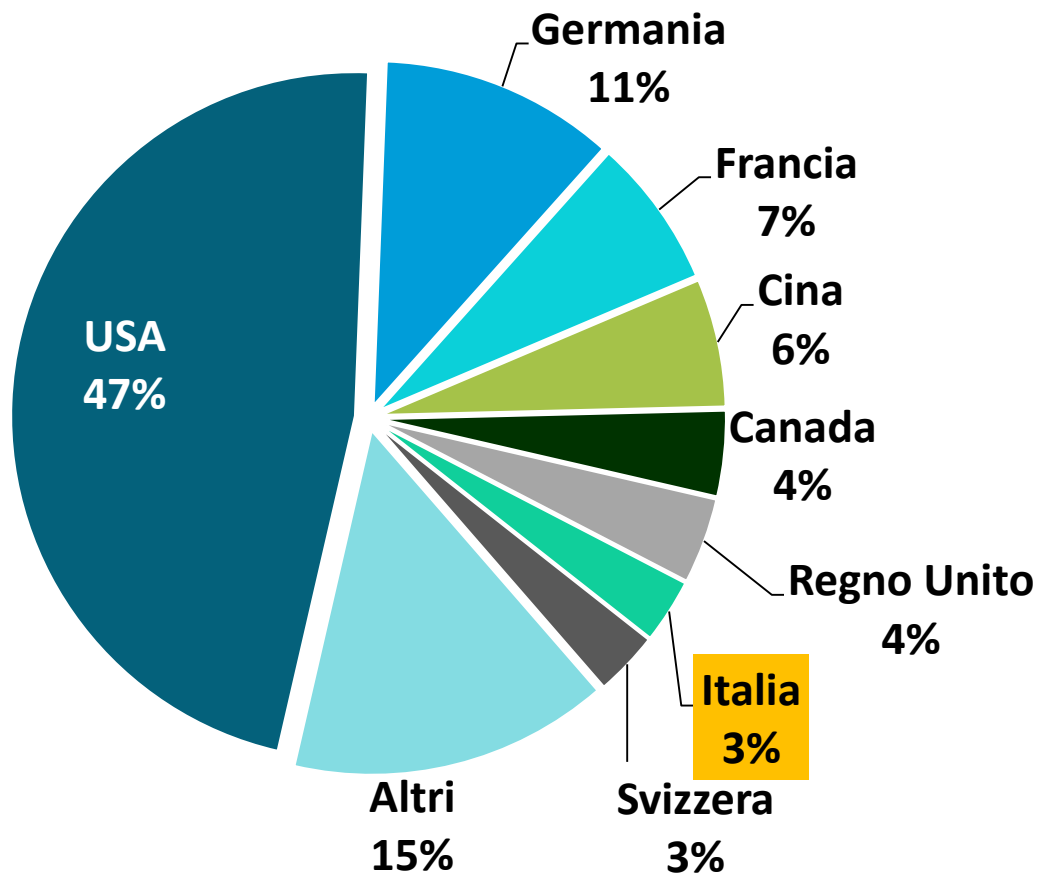
**MA LA CRESCITA PIÙ SOSTENUTA
RIGUARDA LA DOMANDA**

VENDITE RETAIL: DIMENSIONI DEL MERCATO MONDIALE

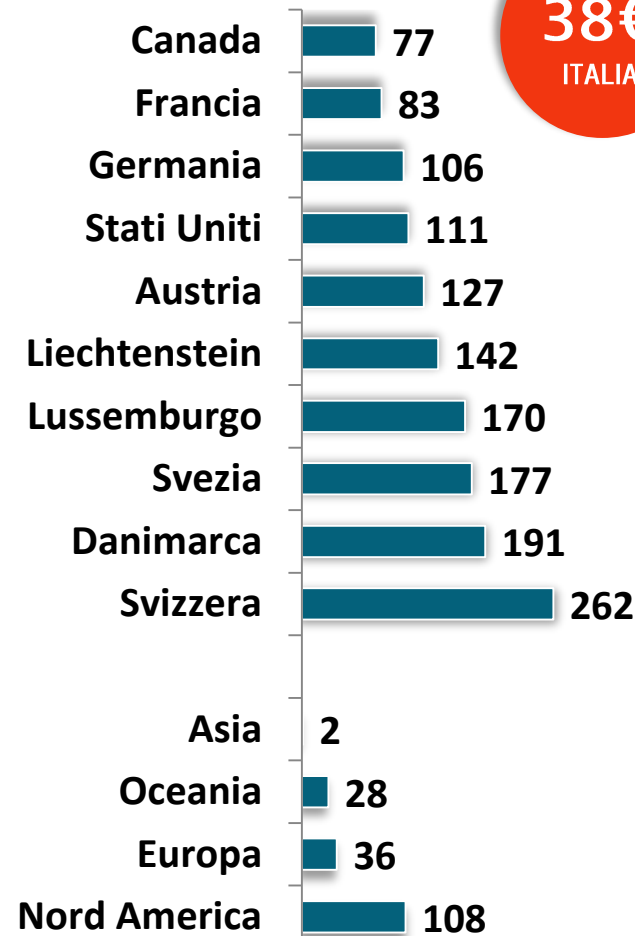


VENDITE BIO BY REGION

TOP9 – VENDITE RETAIL BIO quote di mercato 2015



Spesa BIO 2015 € pro-capite



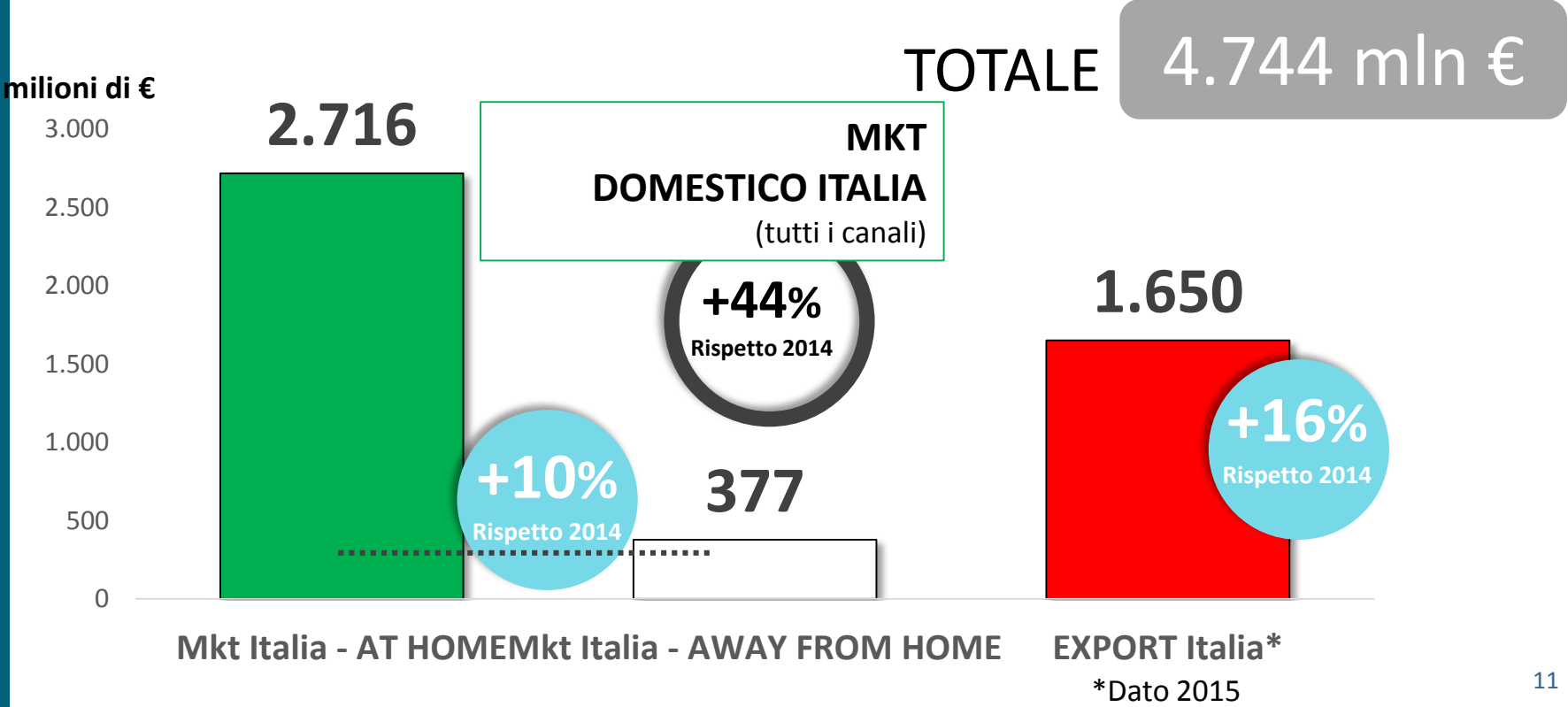
38€
ITALIA

2



**ITALIA: DIMENSIONI DEL
MERCATO INTERNO &
EXPORT**

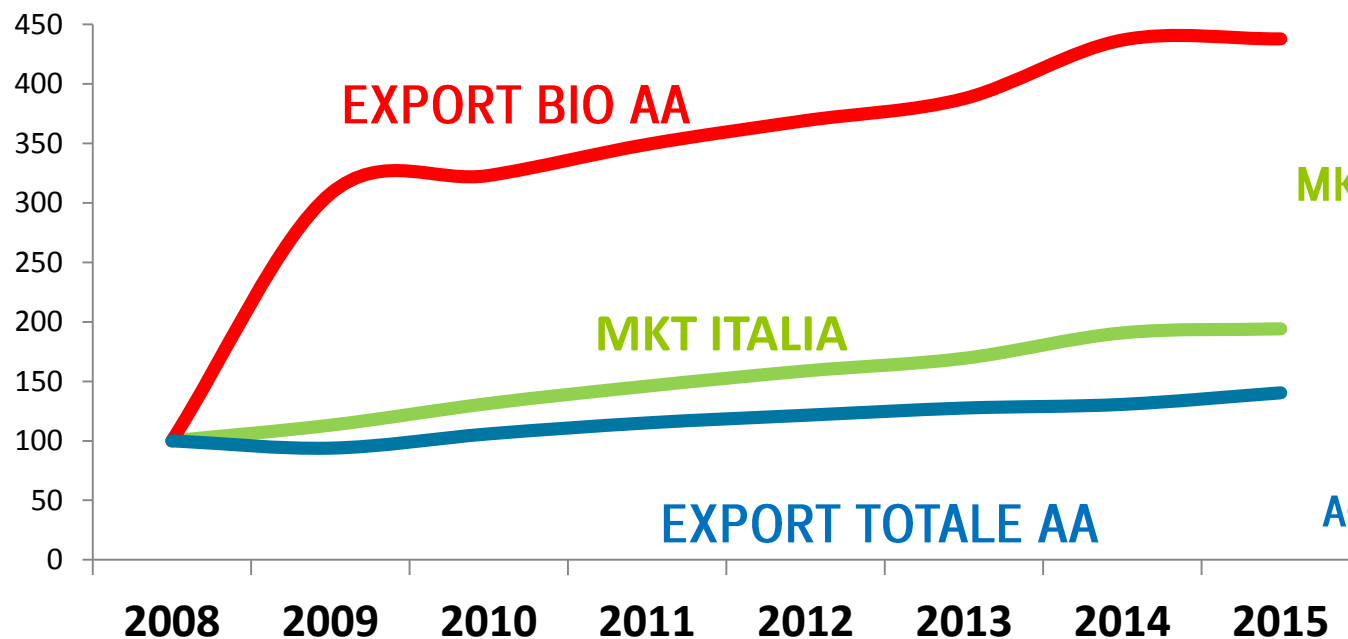
DOMANDA BIO 2016



Fonte: NOMISMA (export-AT HOME), NIELSEN (AT HOME), ASSO BIO (AWAY FROM HOME)

EXPORT: TREND 2008-2015

Numeri indice
(2008=100; valori)



EXPORT BIO

+408%
Rispetto 2008

MKT INTERNO BIO
(tutti i canali)

+94%
Rispetto 2008

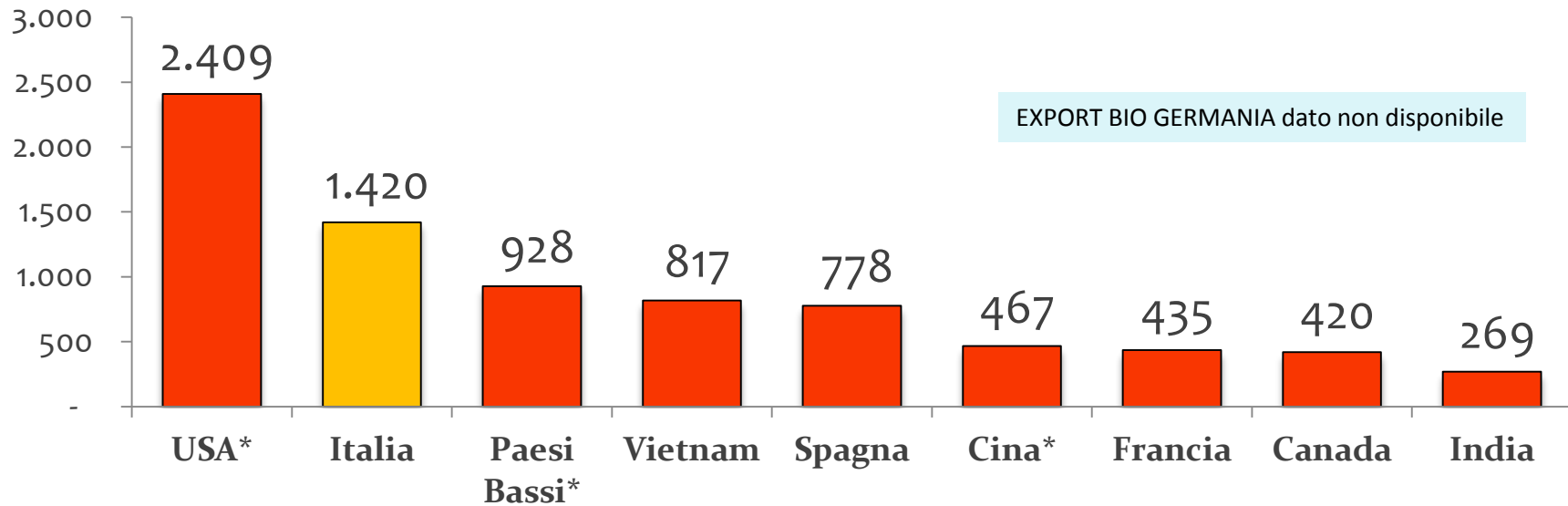
**TOT EXPORT
AGROALIMENTARE**

+40%
Rispetto 2008

Fonte: NOMISMA, ISTAT e ASSO BIO per Osservatorio ICE-SANA 2016

TOP 10 PAESI ESPORTATORI BIO (2014)

milioni di €



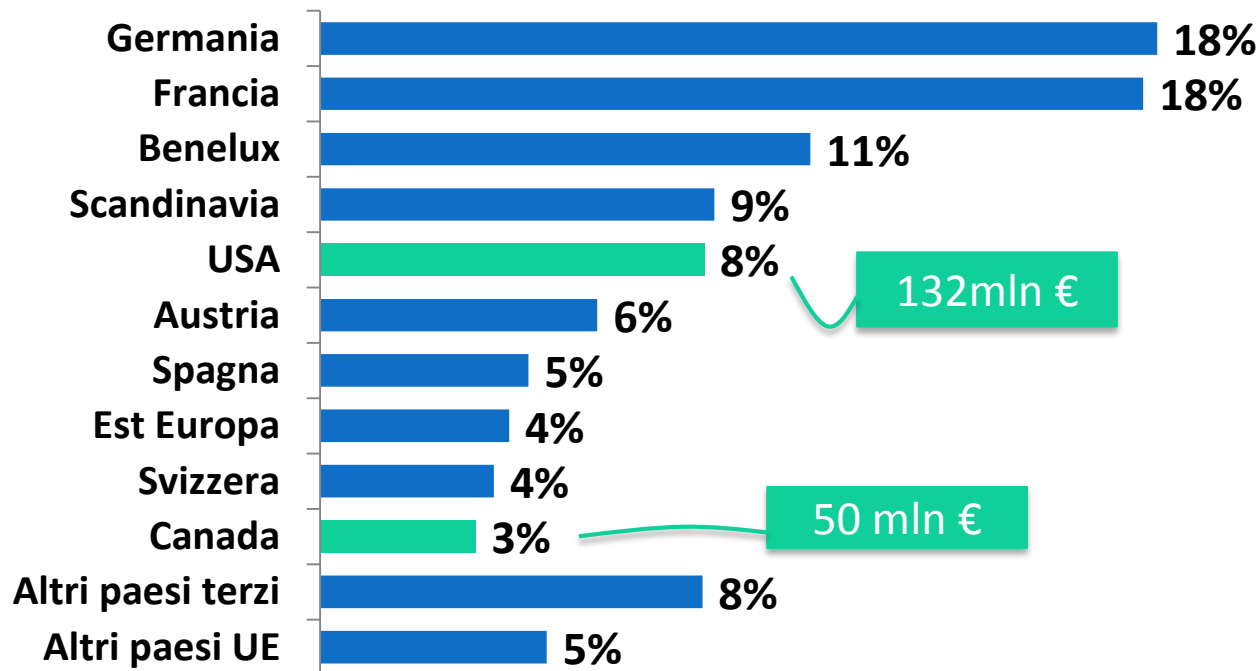
* Dati 2014

Fonte: NOMISMA (export Italia) e FIBL

I MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO - 2015

% Fatturato Export Agroalimentare BIO per principali paesi di destinazione

IMPRESSE
ESPORTATRICI



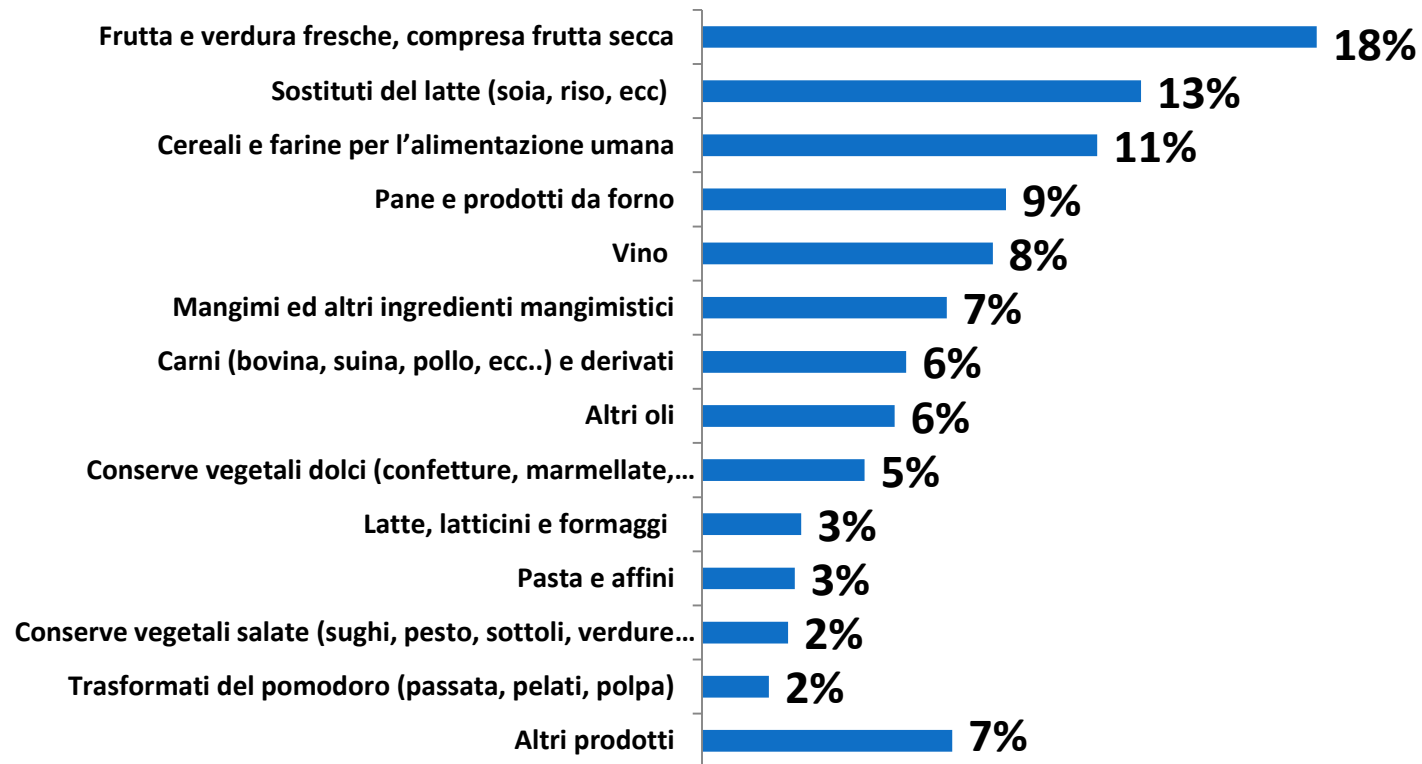
14

Fonte: Survey Imprese Nomisma per Forum Bio 2016

PRODOTTI ITALIANI A MARCHIO BIO ALL'ESTERO - 2015

IMPRESSE
ESPORTATRICI

% Fatturato Export Agroalimentare BIO per prodotto



Fonte: Survey Imprese Nomisma per Forum Bio 2016

I CONSUMI ALIMENTARI IN ITALIA

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

Vendite

2016 su 2015

+0%

2016 su 2015

+0,4%

GDO

2016 su 2015

-0,5%

PICCOLE
SUPERFICI

**TOTALE
FOOD**

2016 su 2015

+20%

OFF TRADE
GDO

2016 su 2015

+15%

OFF TRADE
SPECIALIZZATO

2016 su 2015

+10%

ON TRADE
HORECA

BIO

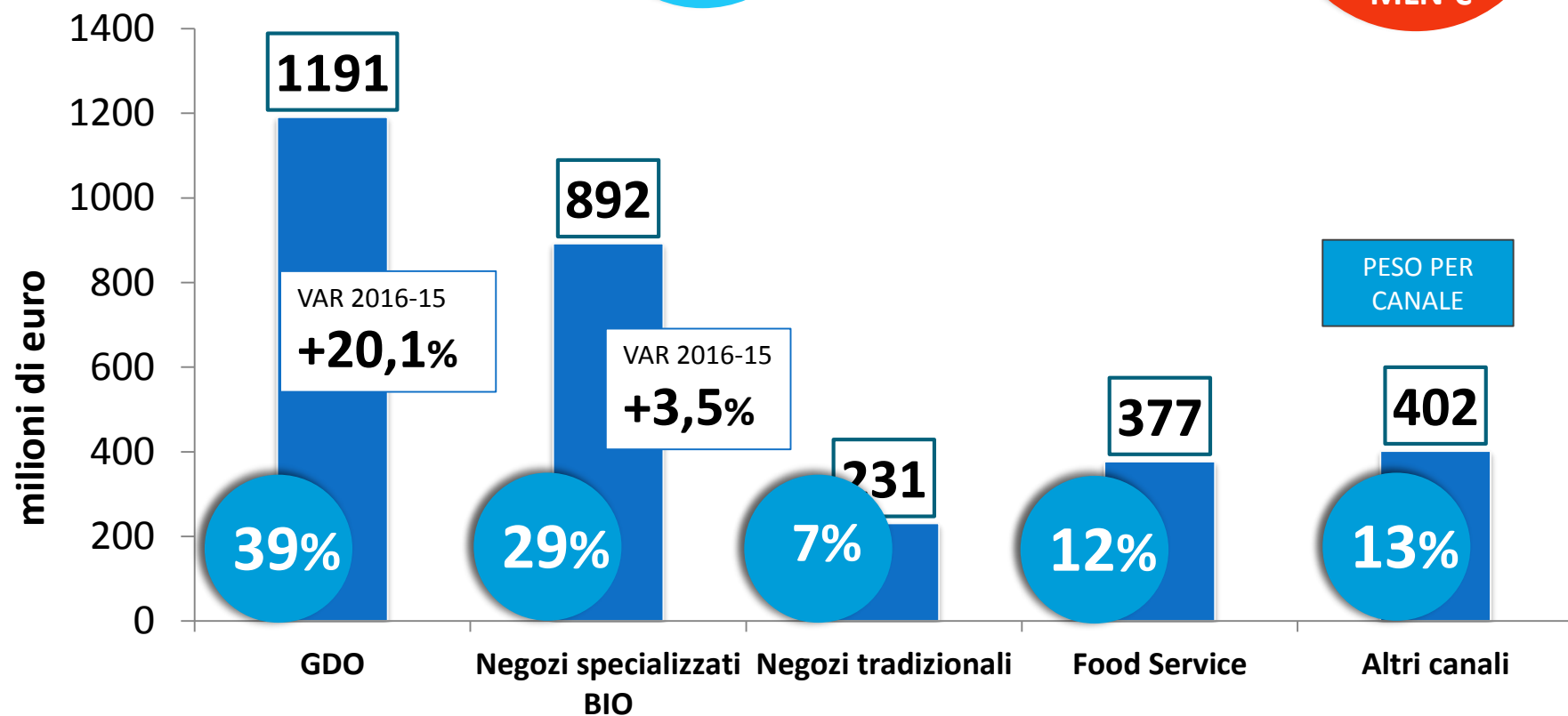
La crescita del bio in Italia è sostenuta sia dall'incremento del numero di famiglie acquirenti (+1,2 milioni solo nell'ultimo anno) e dall'intensità di acquisto (la quota di consumi a marchio bio oggi è pari al 3% - solo 5 anni fa era al 1,6%)

DOMANDA DI BIO PER CANALE IN ITALIA 2016

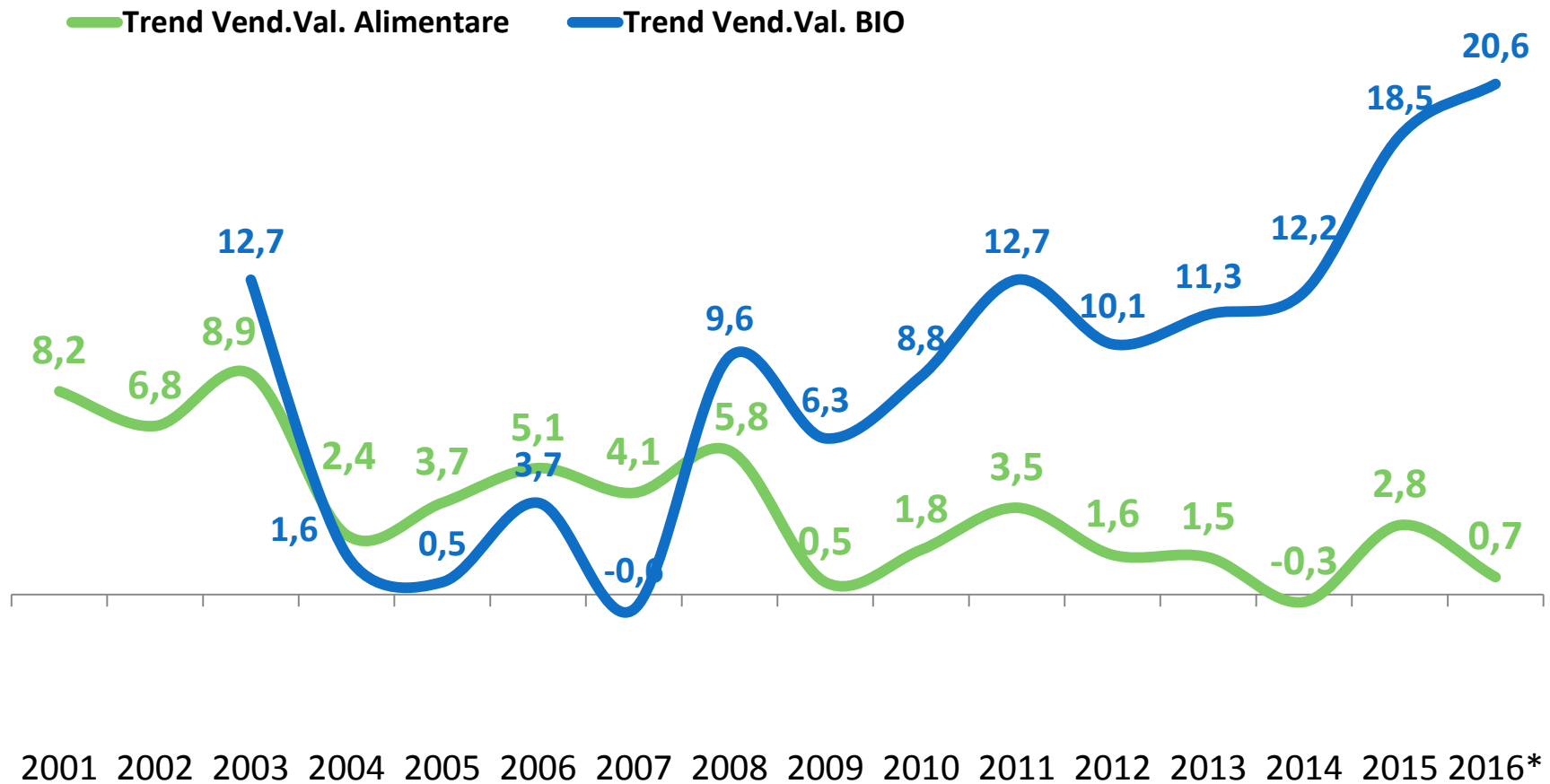
3.094 mln €
sul mkt interno

+10%
Rispetto 2014

1.650
EXPORT BIO
MLN €



PRODOTTI BIOLOGICI PESO IMPOSTO SUPERMERCATI + IPERMERCATI



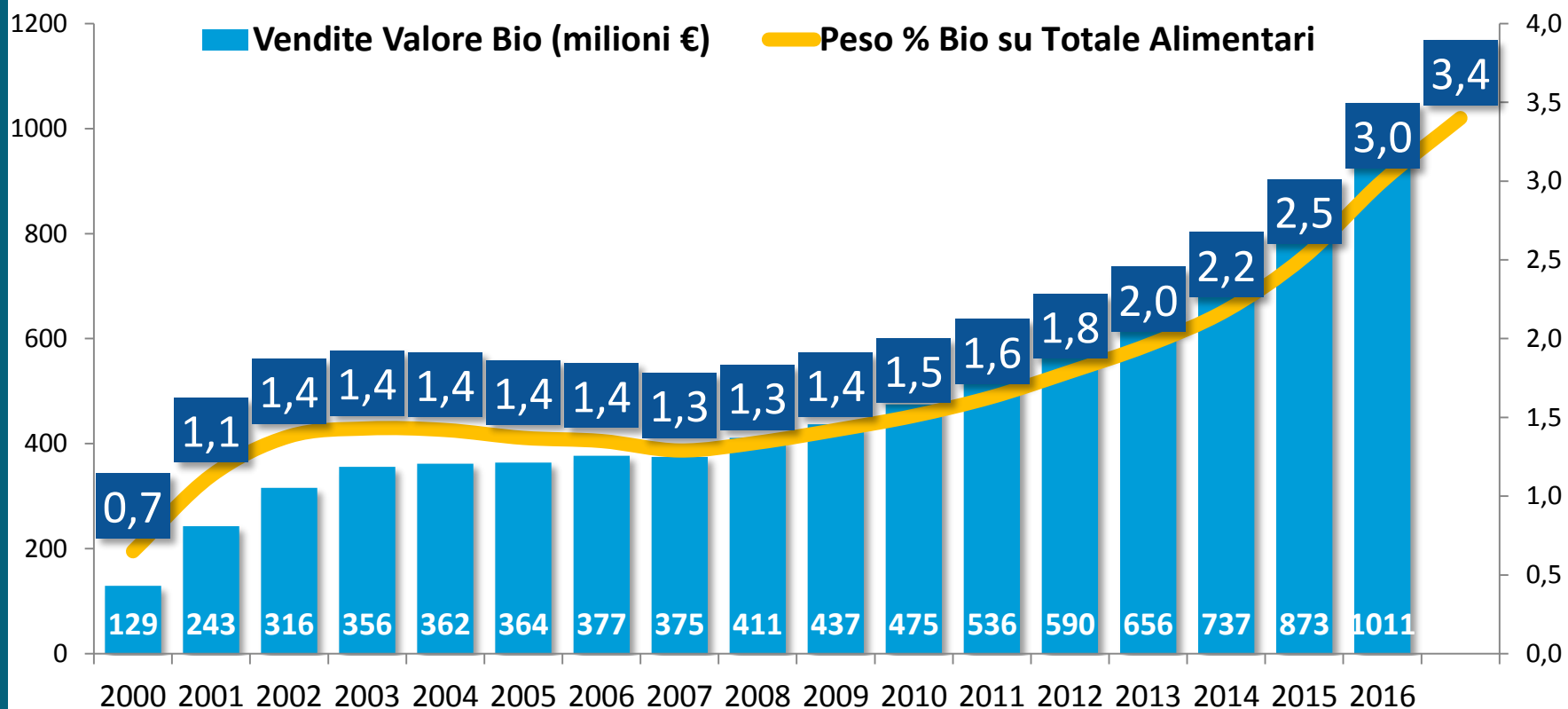
*I semestre



BIO IN ITALIA NELLA GDO

(prodotti a marchio bio a peso imposto)

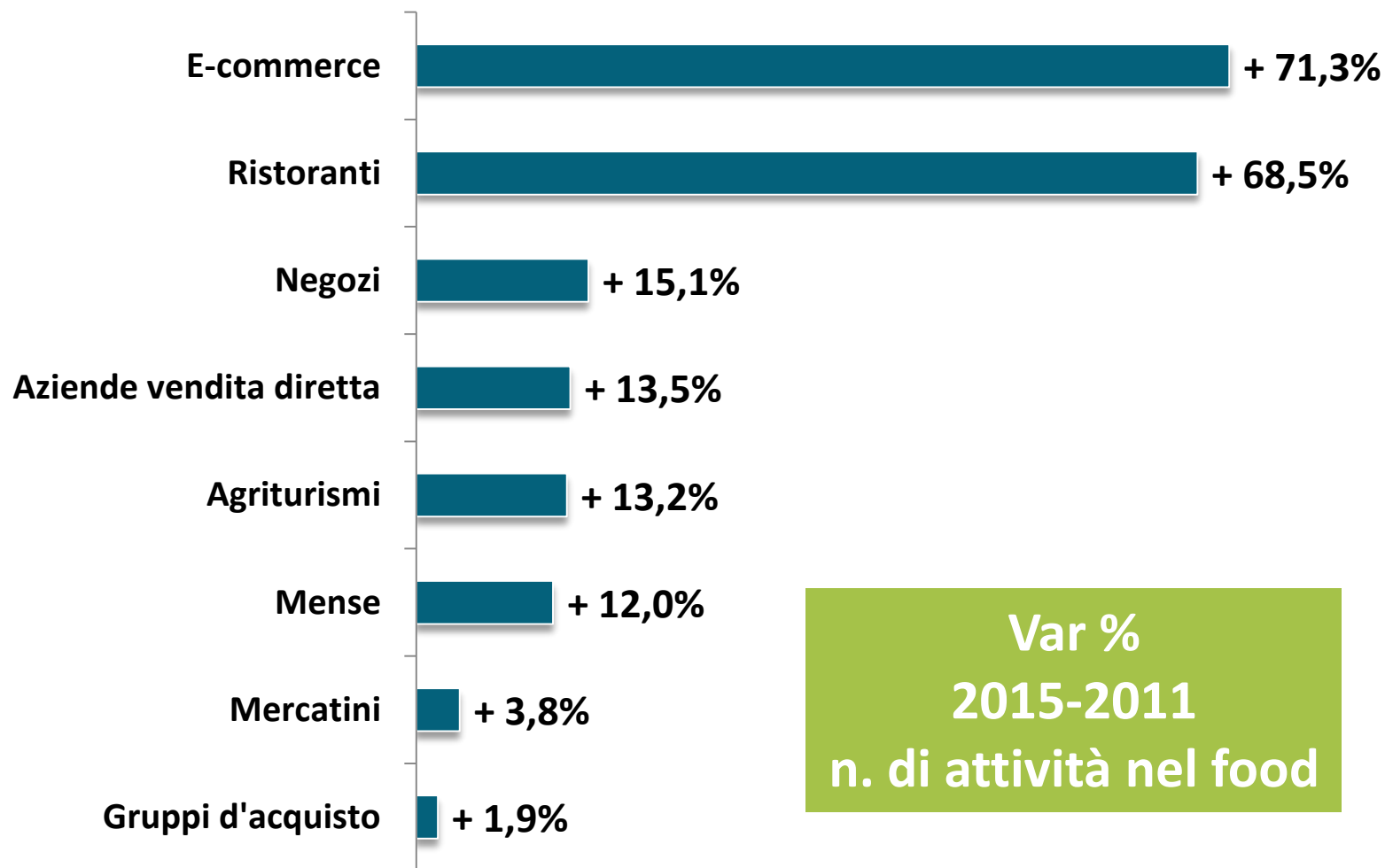
% BIO a peso imposto su TOT
spesa alimentare nella Gdo



Cresce anche l'offerta a scaffale: +26%

TREND DEL BIO IN ALTRI CANALI

Numero di punti vendita/siti



3

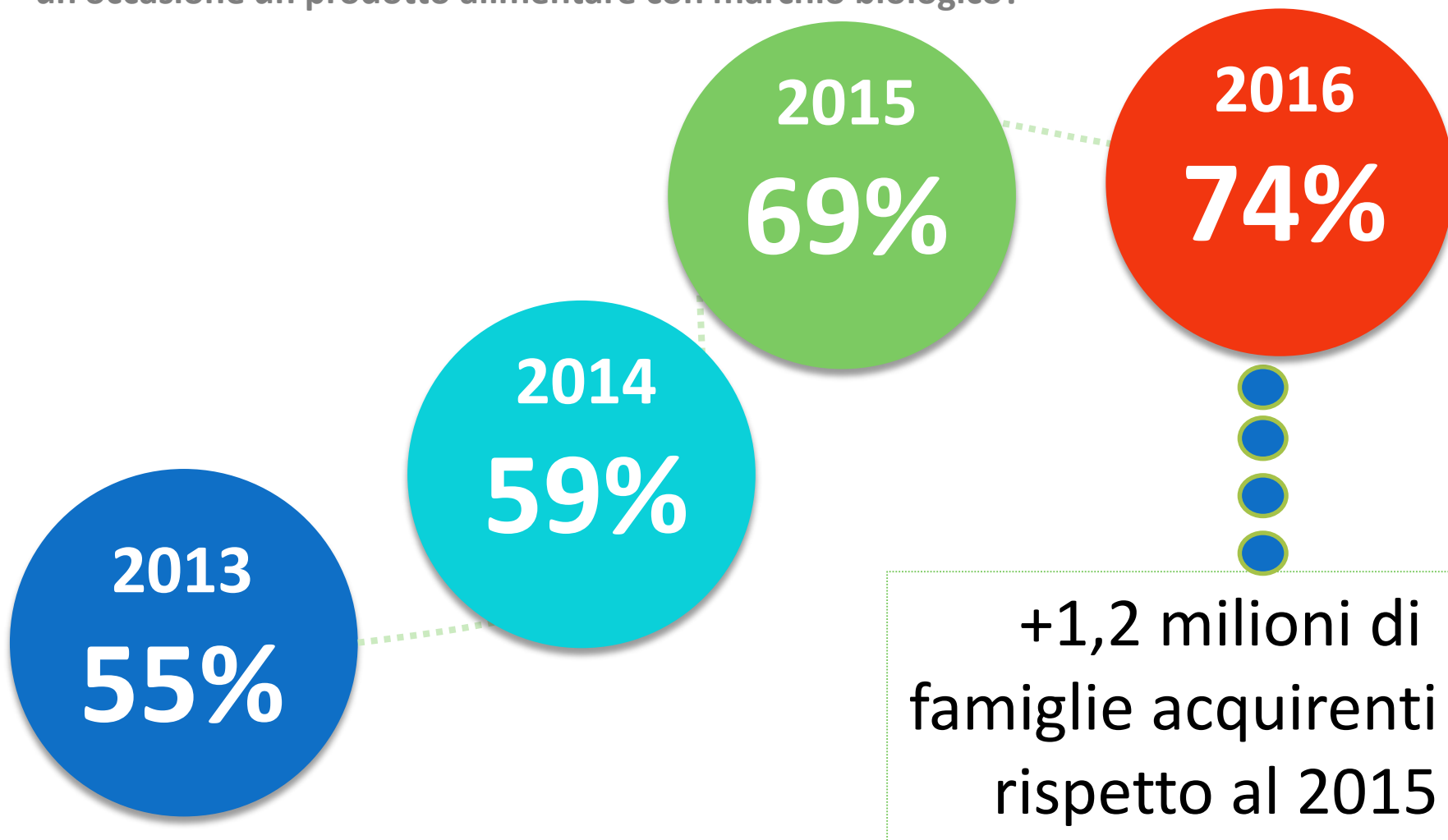


Nomisma

**IL CONSUMATORE
ITALIANO**

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?



+1,2 milioni di famiglie acquirenti rispetto al 2015

TASSO DI PENETRAZIONE DEL BIO PER TARGET

TASSO PENETRAZIONE ITALIA

ABITUDINI ALIMENTARI

CLASSE REDDITO MENSILE FAM

COMPOSIZIONE NUCLEO FAMILIARE

TITOLO DI STUDIO

GENERE

CLASSI DI ETÀ

AREA GEO

Vegetariani/Vegani
 Celiaci
 A dieta
 Attenzione al cibo causa disturbi/malattie
 Allergie/intolleranze alimentari
 Nessun problema/disturbo alimentare

Medio - Alto (oltre 1.800 €)
 Medio (1.201 € - 1.800 €)
 Basso (fino a 1.200 €)

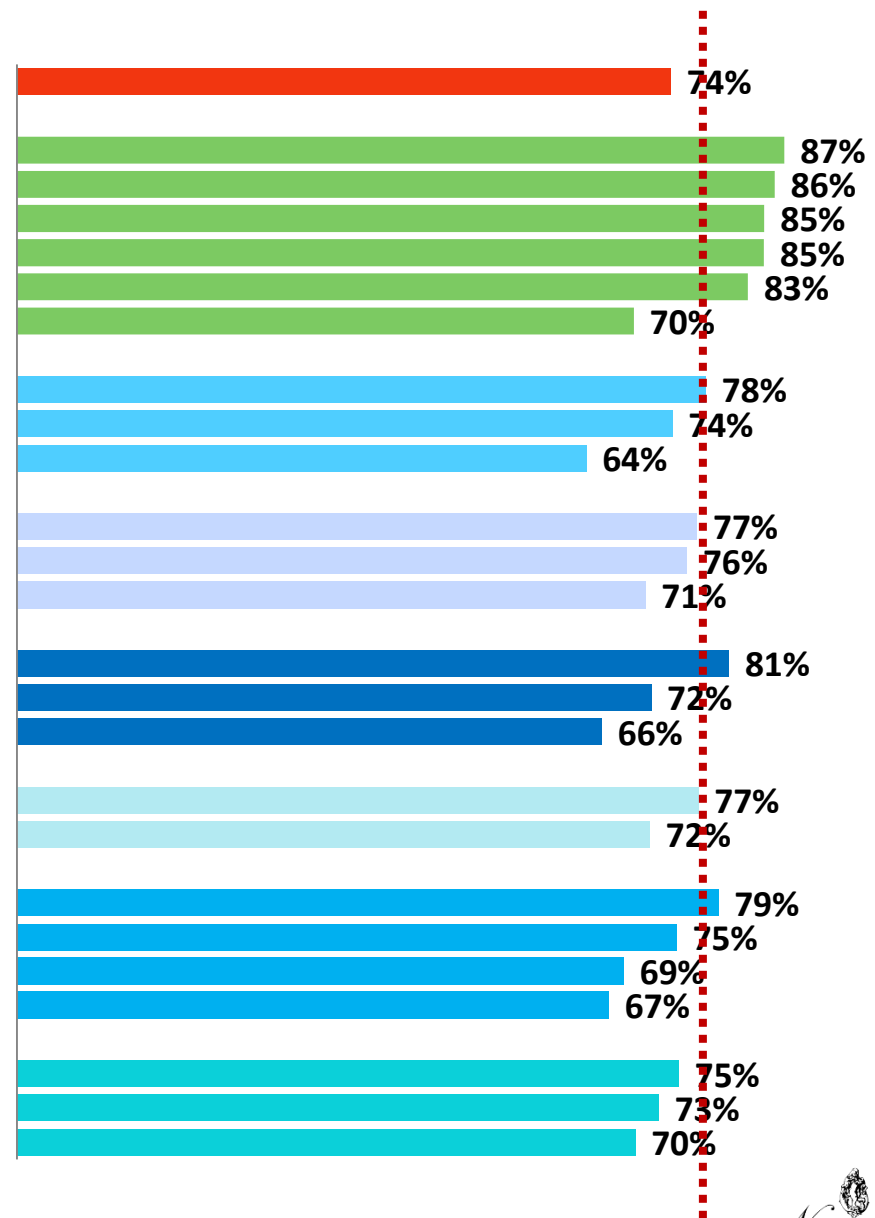
Figli < 12
 Con figli conviventi
 Senza figli conviventi

Alto
 Medio
 Basso

Donna
 Uomo

18-29
 30-44
 45-54
 55-65

Centro
 Nord
 Sud&Isole



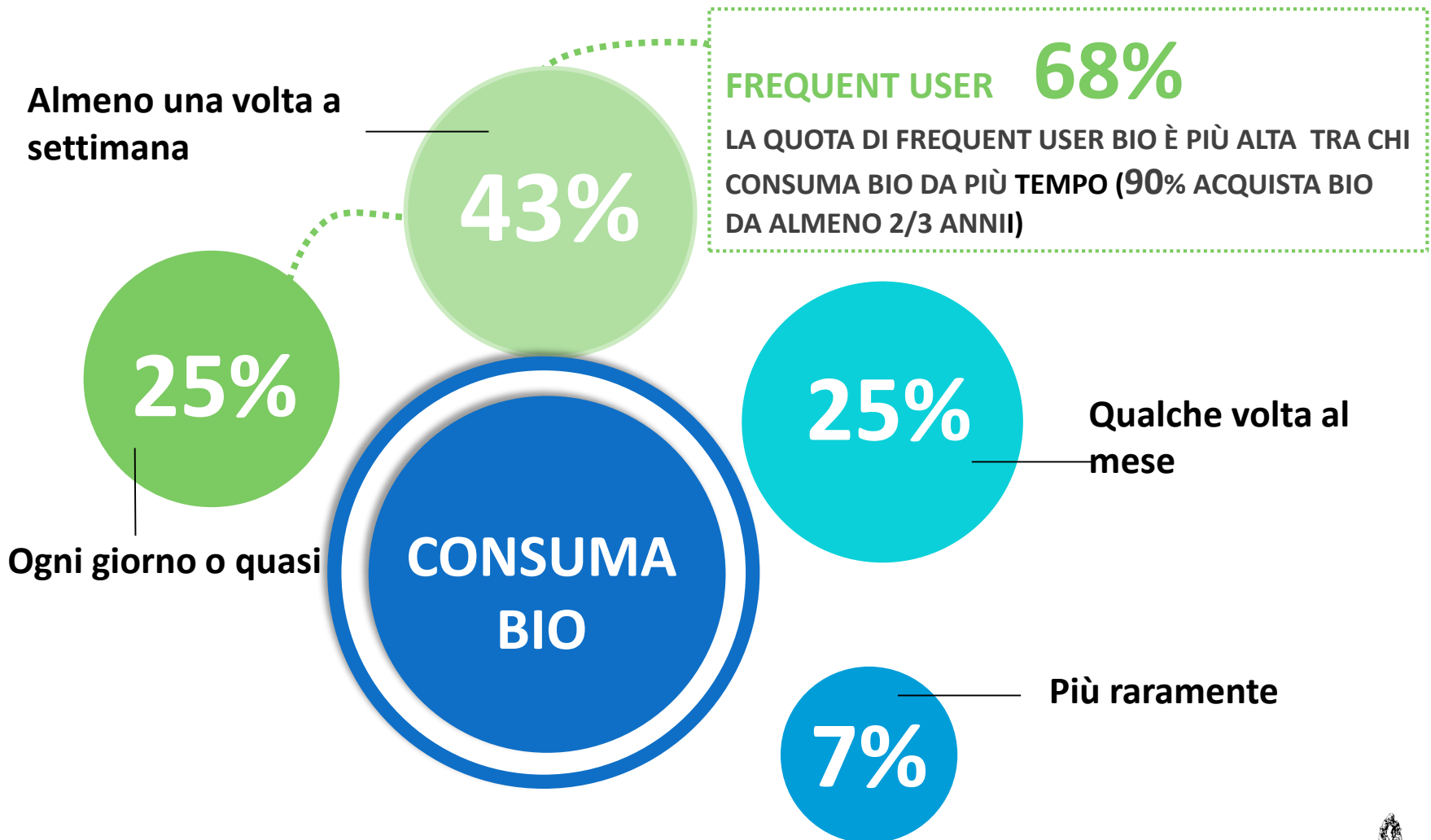
Fonte: Consumer Survey Nomisma per SANA-ICE



FREQUENZA DI CONSUMO DEI PRODOTTI BIO

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

USER BIO

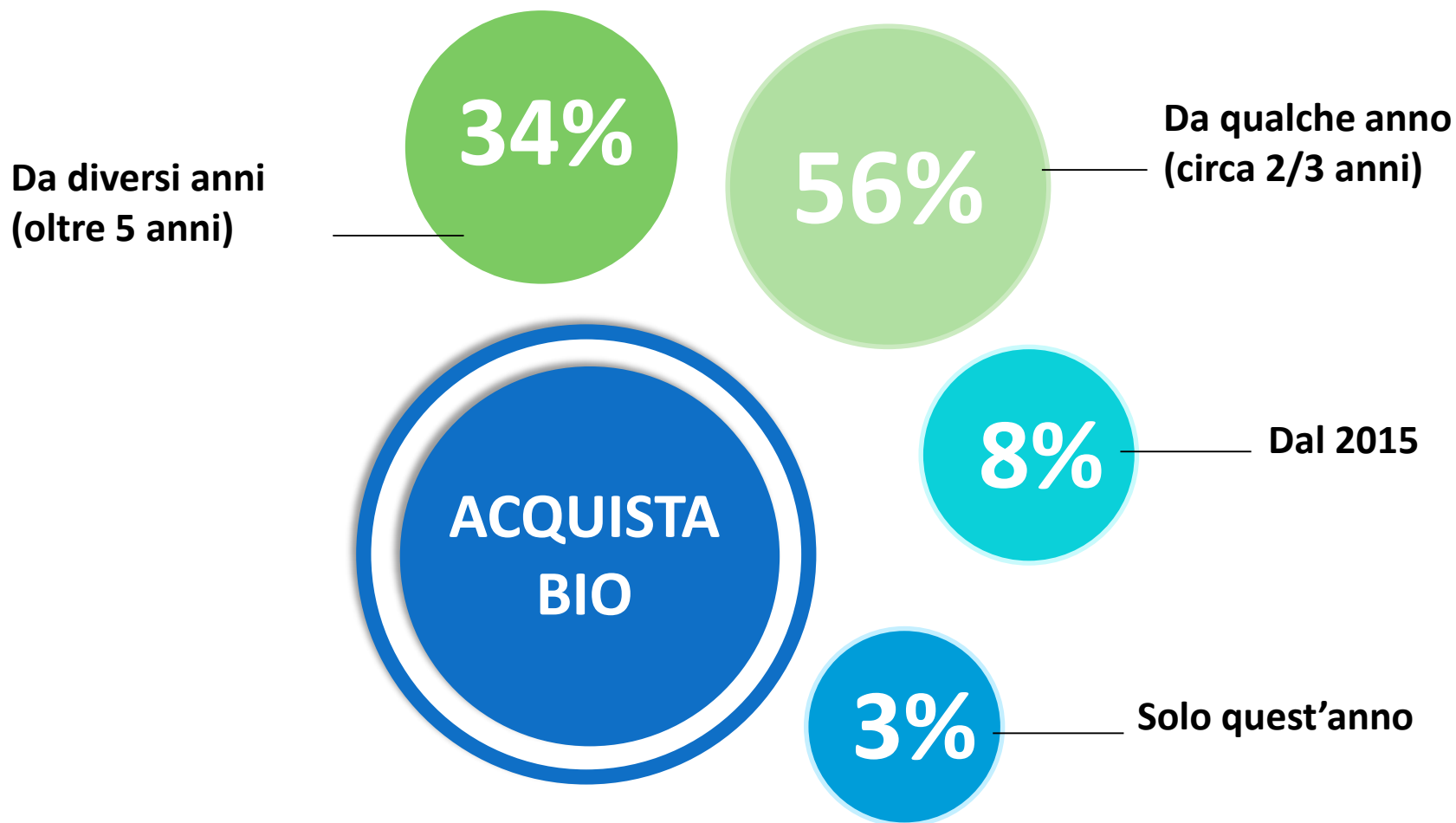


Fonte: Consumer Survey Nomisma per SANA-ICE

L'ESPERIENZA DEL BIO: NOVIZI VS FEDELI

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

USER BIO

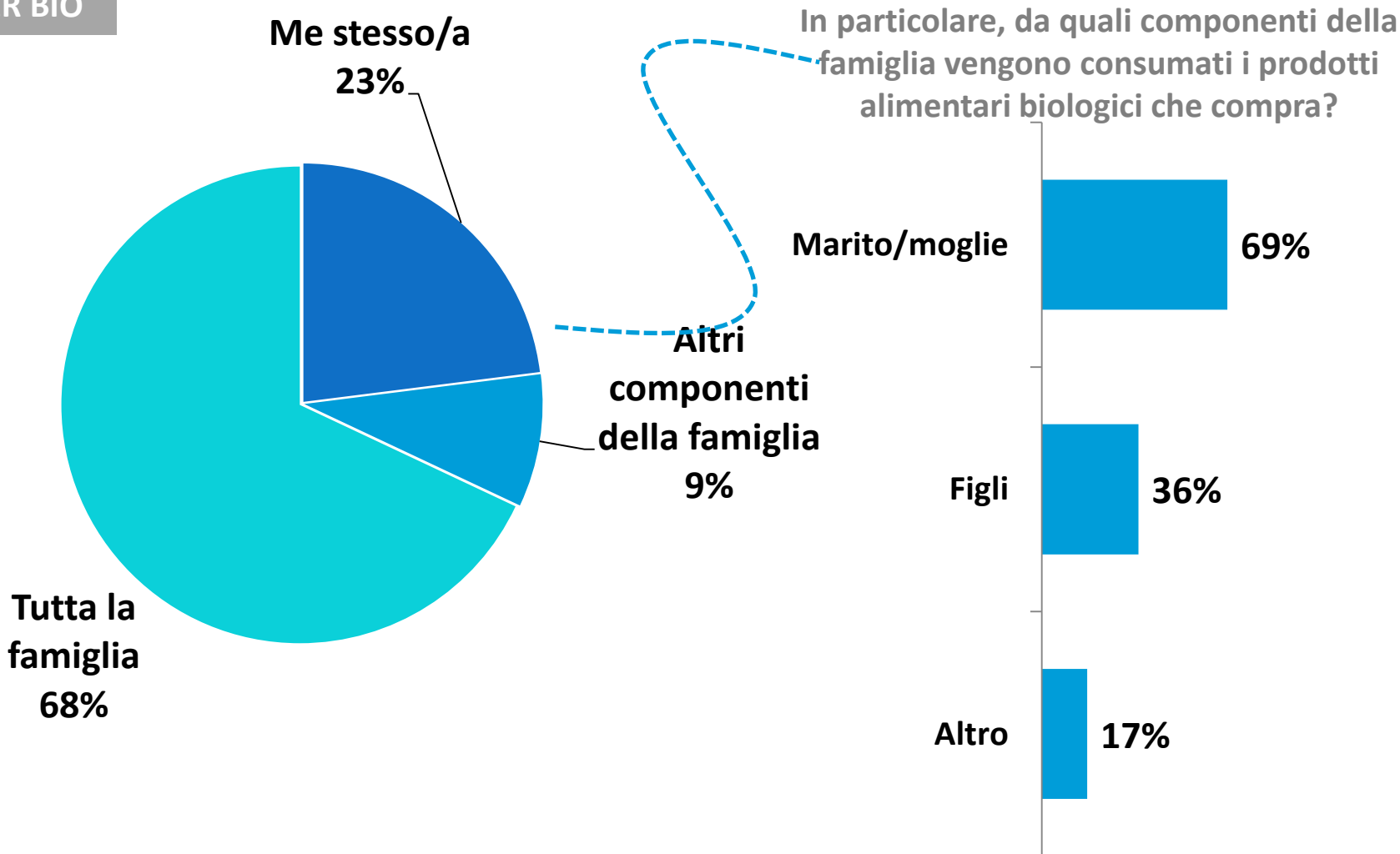


Fonte: Consumer Survey Nomisma per SANA-ICE

IL BIO TRA I COMPONENTI DELLA FAMIGLIA

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

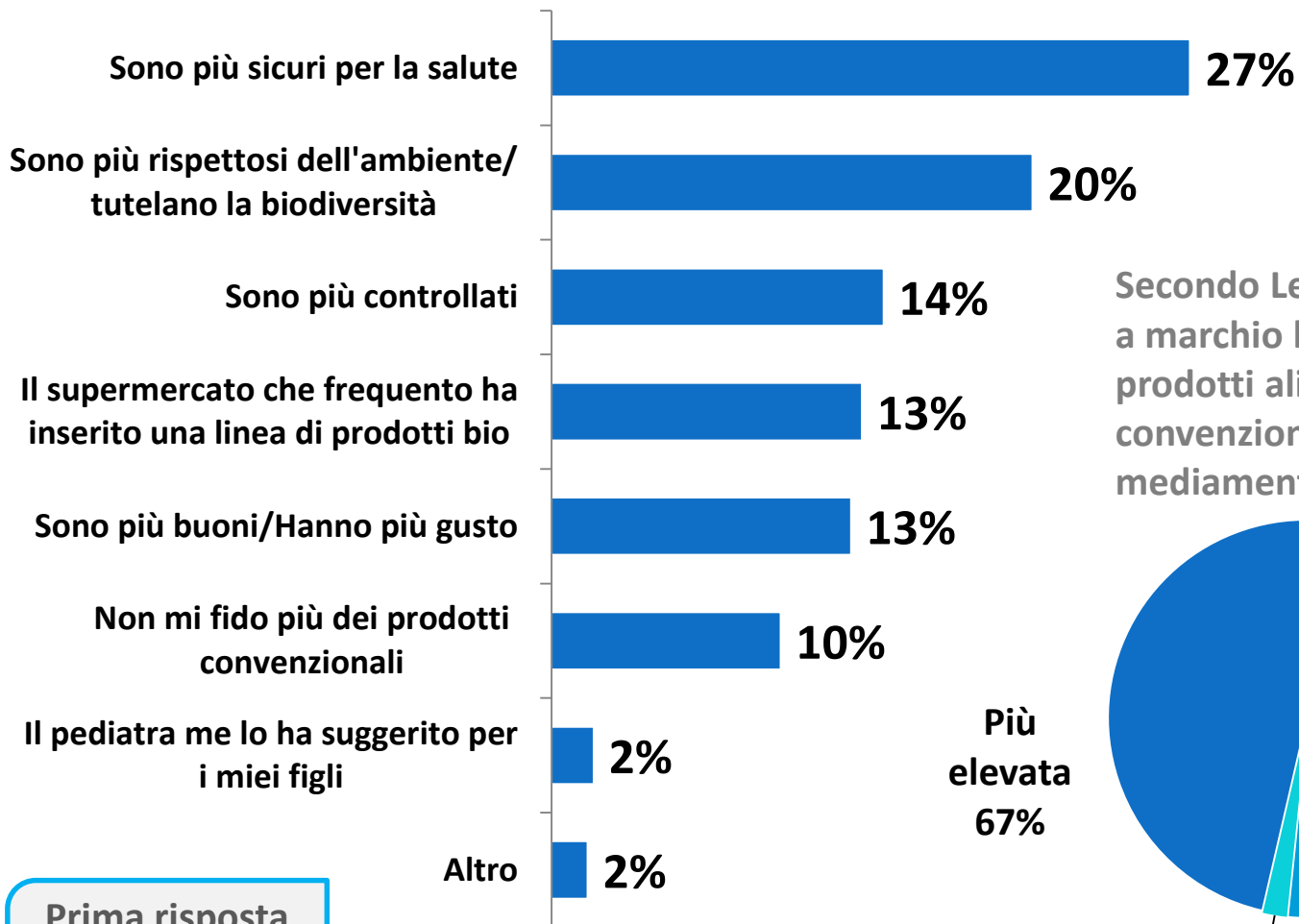
USER BIO



PERCHÉ OGGI ACQUISTA BIO

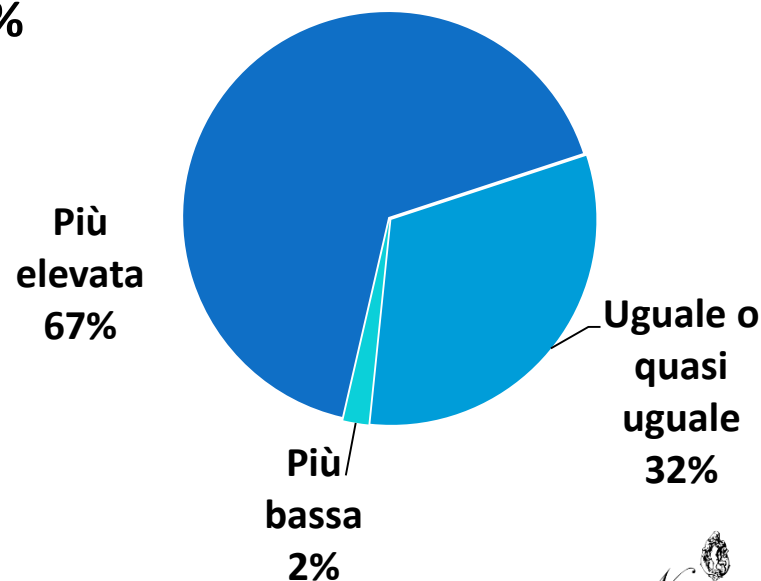
Lei acquista prodotti alimentari biologici principalmente perché ...

USER BIO



Prima risposta
in ordine di
importanza

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



4

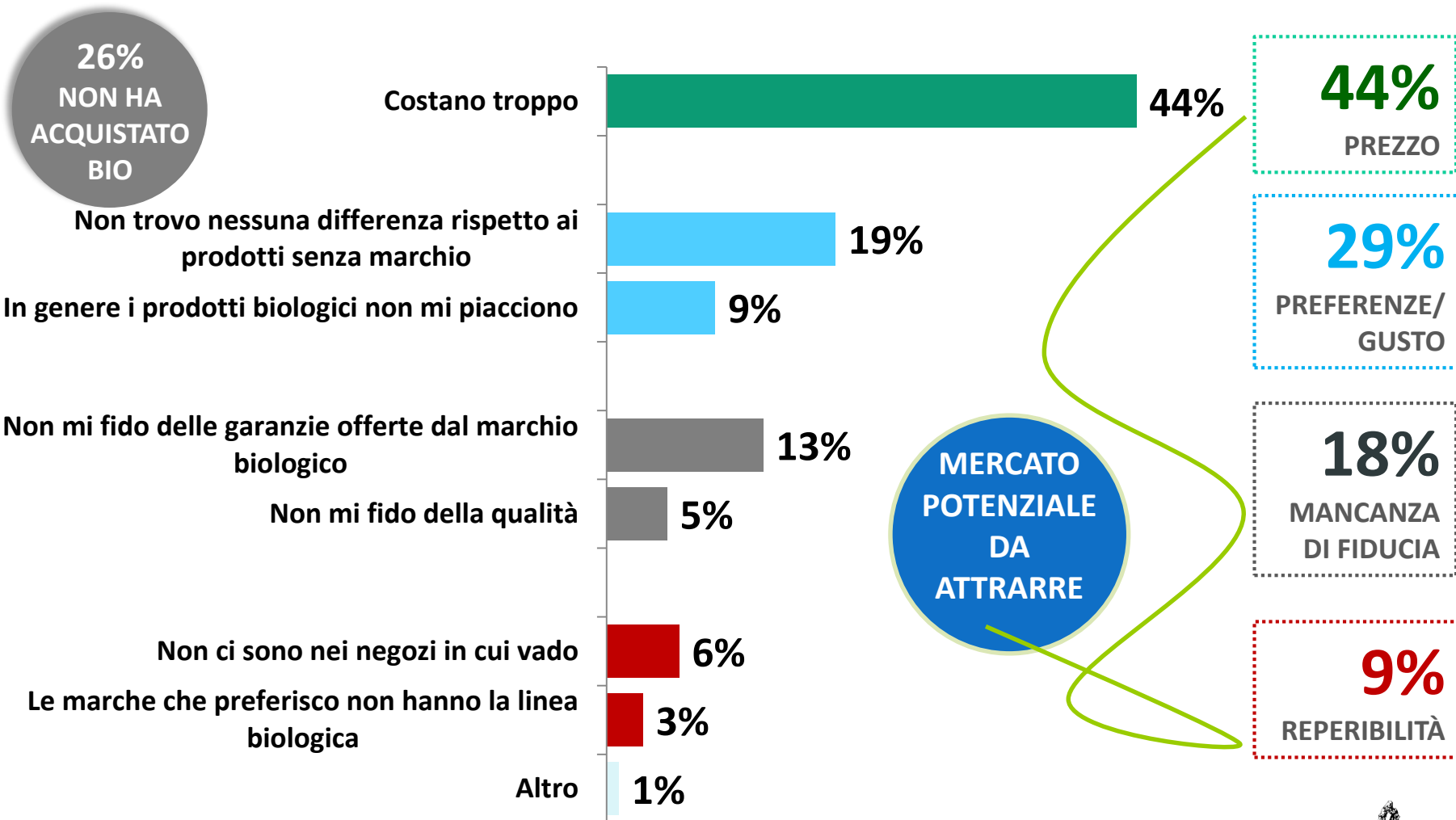


Nomisma

**LA DOMANDA POTENZIALE
ANCORA DA SVILUPPARE**

CHI NON CONSUMA BIO: MOTIVAZIONI DEL MANCATO ACQUISTO

Per quale motivo negli ultimi 12 mesi, per sé o per la sua famiglia, non ha acquistato prodotti alimentari a marchio biologico?



Fonte: Consumer Survey Nomisma per SANA-ICE

CHI NON CONSUMA BIO: OPINIONI SUI PRODOTTI BIOLOGICI

30

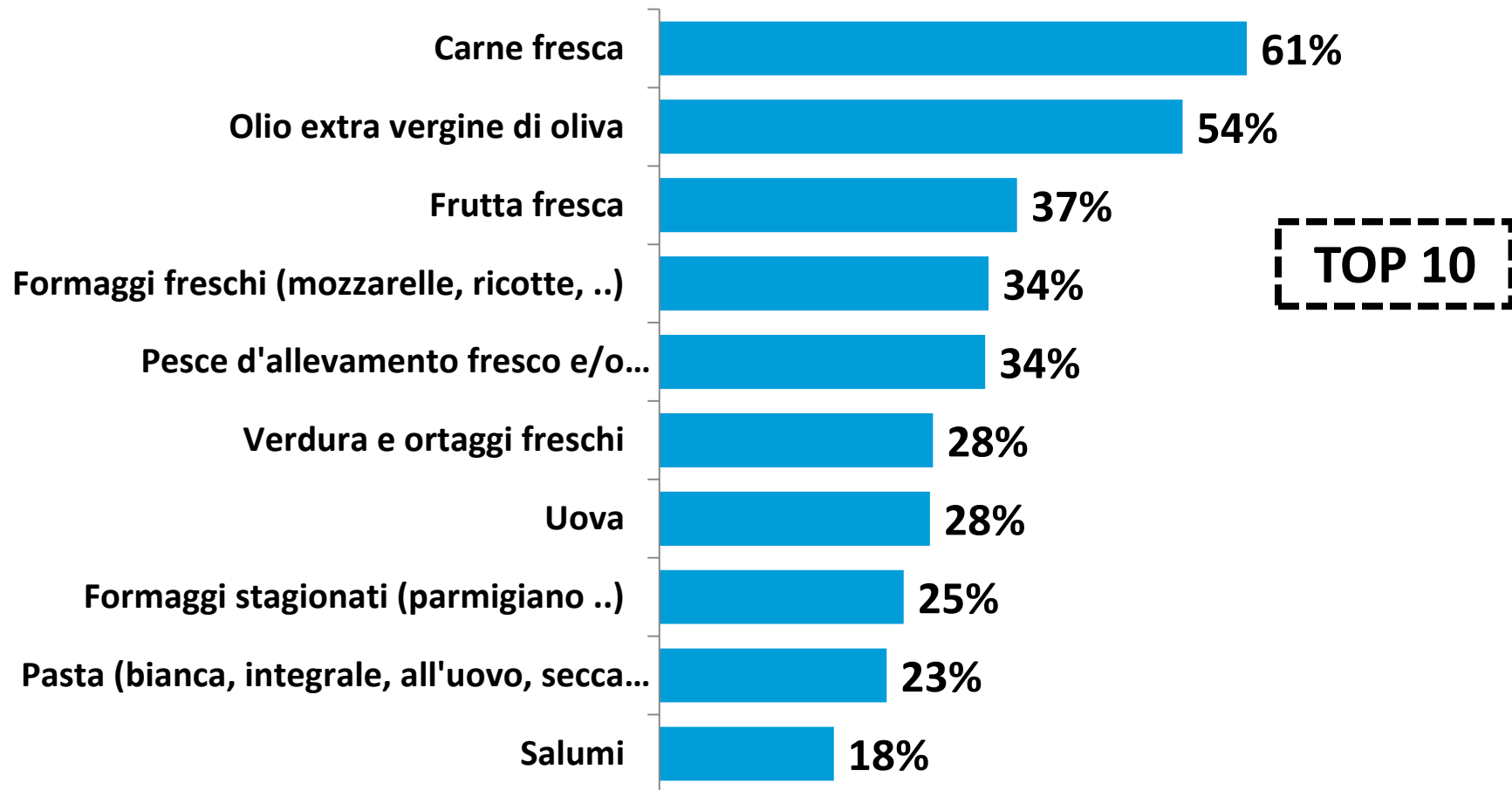
Secondo Lei un prodotto alimentare a marchio biologico, rispetto ad uno non biologico, è ...



Fonte: Consumer Survey Nomisma per SANA-ICE

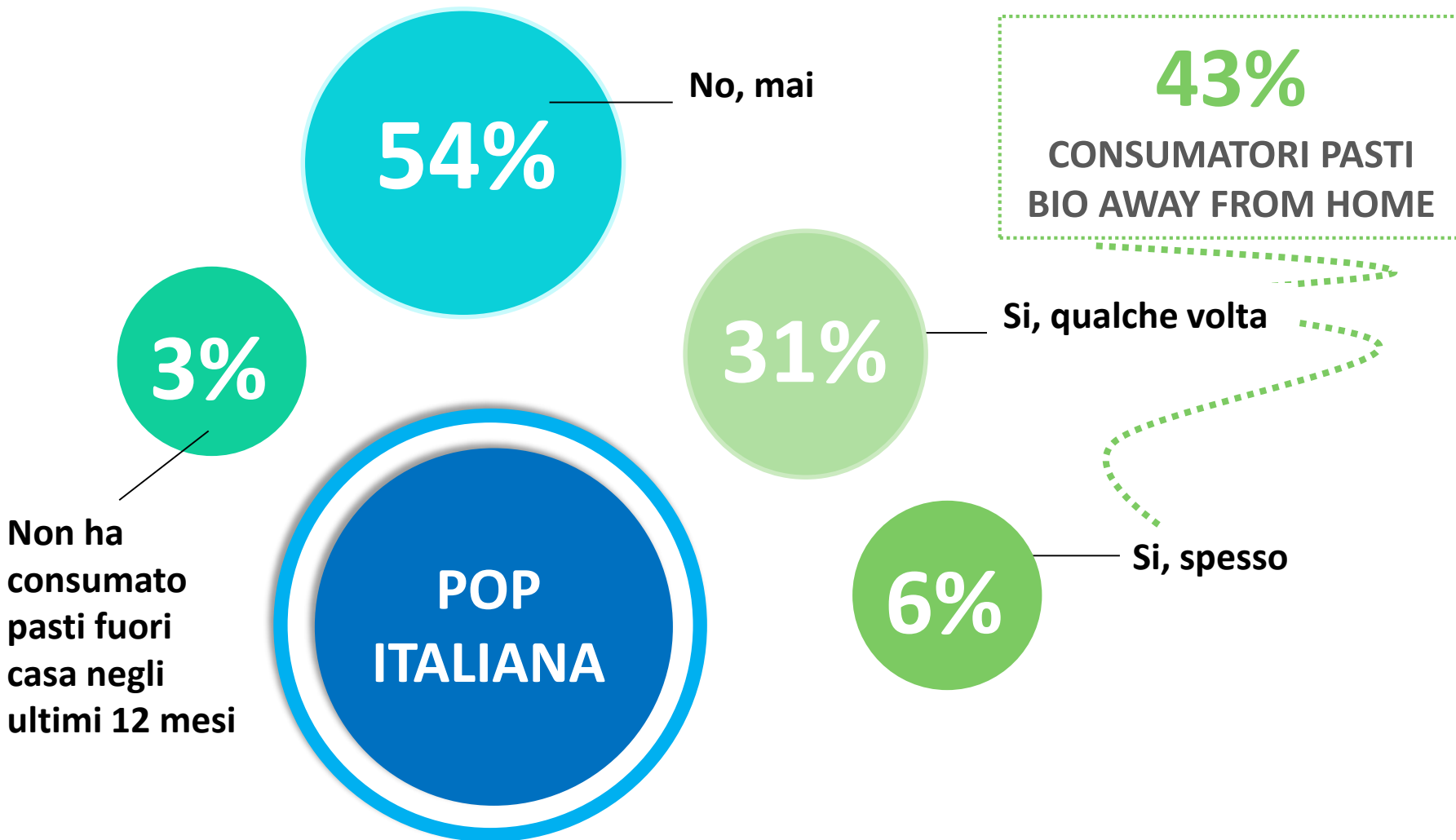
CHI NON CONSUMA BIO: QUALI PRODOTTI PER UNA MAGGIORE GARANZIA ³¹

In generale, quali sono i prodotti alimentari per cui cerca maggiori garanzie sulla sicurezza e sulla qualità del prodotto ed è quindi disposto a spendere di più?



BIO AWAY FROM HOME

Negli ultimi 12 mesi ha consumato una colazione/un pranzo/una cena a base di alimenti/bevande biologiche o ingredienti biologici fuori casa presso ristoranti, trattorie, bar o altre tipologie di locali?



Non ha consumato pasti fuori casa negli ultimi 12 mesi

User Made in Italy BIO in USA e CANADA

IDENTIKIT consumatore US -Made in Italy Bio
 giovane (18-35 anni)
 vive prevalentemente nel Mid-West degli Stati Uniti
 Educazione universitaria
 Reddito elevato
 Famiglie con figli
 Legami con l'Italia (origini/viaggi per vacanze/lavoro nell'ultimo anno)



**USER
MADE IN ITALY BIO
AT HOME**

Negli ultimi 12 mesi, per il consumo domestico ha acquistato, in almeno un'occasione un prodotto alimentare biologico Made in Italy

**USER
MADE IN ITALY BIO
AWAY FROM HOME**

Negli ultimi 12 mesi, ha consumato un pasto a base di prodotti/ingredienti Made in Italy bio fuori casa presso ristoranti, trattorie, bar



6%



3%

4%

2%

**TOT
POPULATION**

Fonte: Consumer Survey Nomisma per ICE 2016

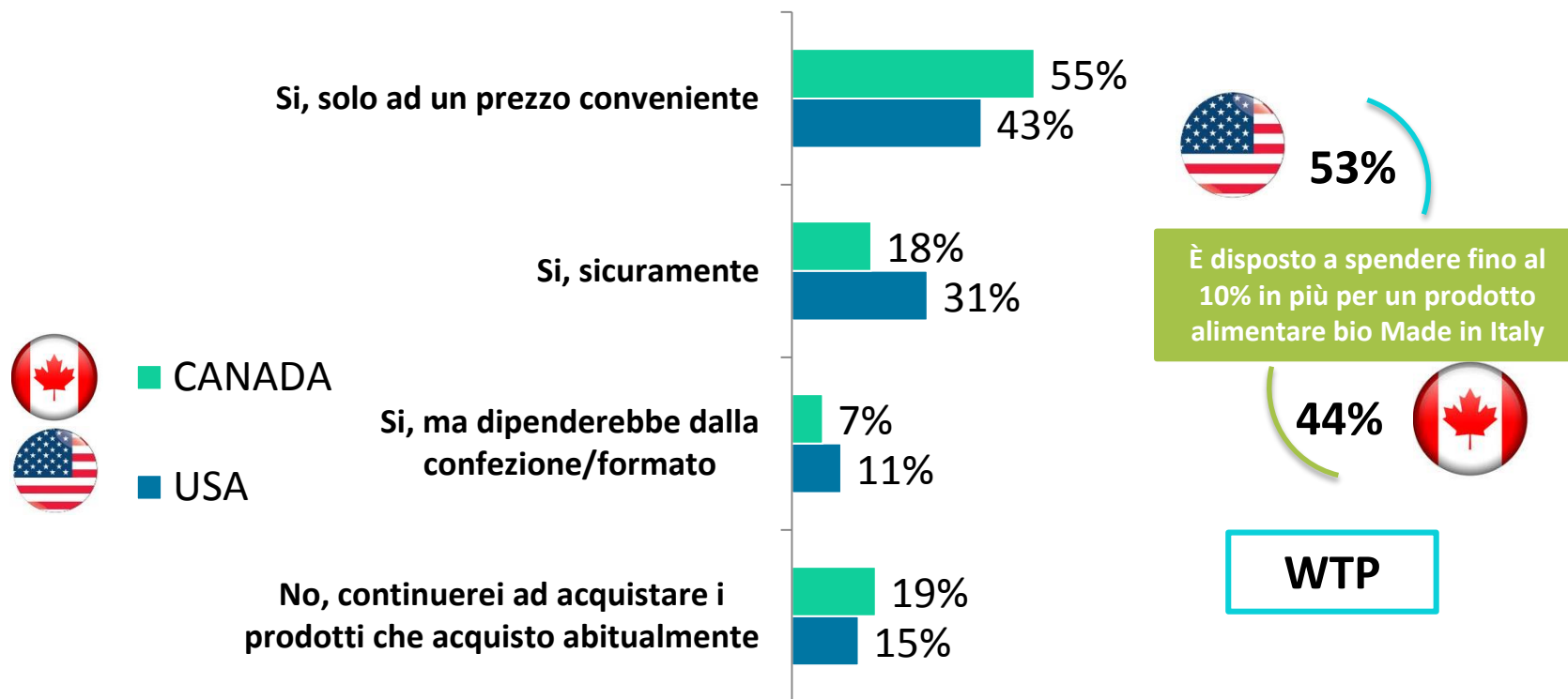
Interesse potenziale verso il Made in Italy Bio

Se dalla prossima settimana trovasse nei negozi che frequenta abitualmente un nuovo prodotto alimentare biologico Made in Italy, potrebbe essere interessato ad acquistarlo?

È INTERESSATO AL BIO MADE IN ITALY

USA **85%** CANADA **81%**

TOT
POPULATION



Fonte: Consumer Survey Nomisma per ICE-Sana 2016



Piero GNUDI
PRESIDENTE
NOMISMA SpA

Silvia ZUCCONI
RESPONSABILE MARKET INTELLIGENCE
NOMISMA SpA
silvia.zucconi@nomisma.it
T. 051 6483157
M. 348.1404616