



# osservatorio

Tutti i numeri del Bio Italiano

## NUOVI TRENDS DEL BIOLOGICO IN ITALIA: IL RUOLO DEI PRODOTTI BIO PER VEGETARIANI E VEGANI

a cura di Silvia Zucconi



*Nomisma*

an event by



A cura di Curated by



Promosso da Promoted by



Realizzato da Carried out by



Con il patrocinio di Under the auspices of





# Consumi alimentari DRIVER & TREND

# NUOVI DRIVER DI SCELTA DEL CONSUMATORE

## VALORI

Benefici per la salute

58%

Eco-friendly

39%

Semplicità

31%

% di responsabili acquisto che ritengono molto importante

75%

Ingredienti 100% italiani

Qualità  
al giusto prezzo

47%

Biologici

65%

46%

Facili da preparare

ATTRIBUTI  
DEI PRODOTTI  
PIÙ RICERCATI

26%

Ingredienti 100% vegetali

Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

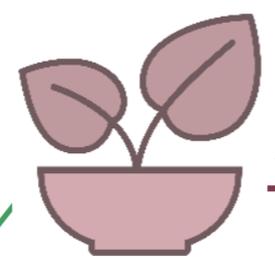
## UP



**BIO**



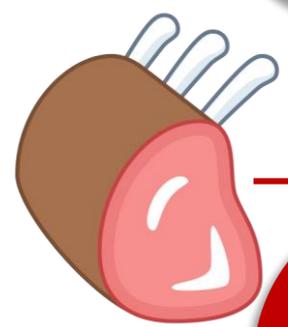
**100% VEG**



**PRODOTTI SALUTISTICI**



**PIATTI PRONTI**



**CARNE**



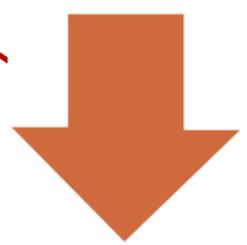
**LATTICINI**



**SALUMI**



## DOWN





**bio**

# I NUMERI DEL SUCCESSO

UN MERCATO CHE SFIORA I 5 MILIARDI €

**4.936 mln €**

BIO: VENDITE ITALIA+EXPORT

**3.021mln €**

VENDITE BIO MKT DOMESTICO  
(tutti i canali)



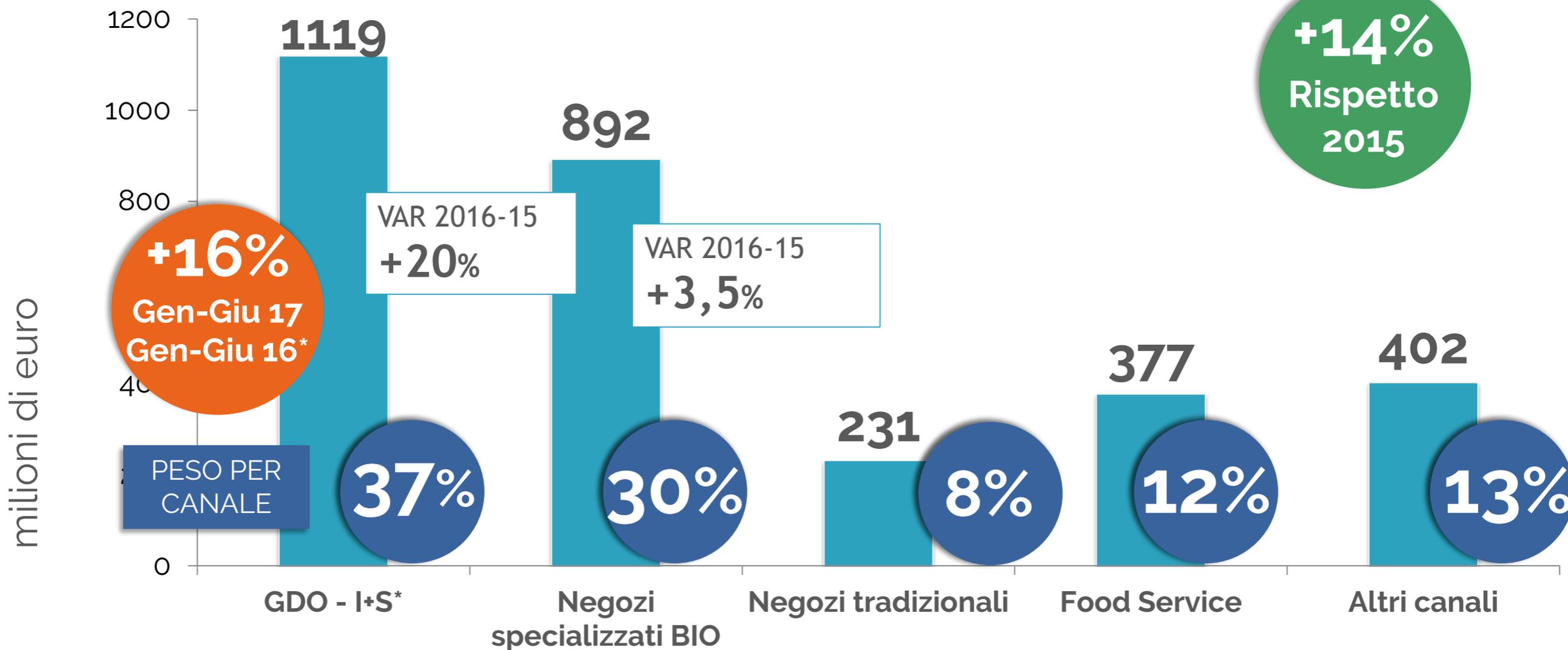
Fonte: NOMISMA (export-AT HOME), NIELSEN (AT HOME), ASSO BIO (AWAY FROM HOME), ICE-Agenzia

# BIO IN ITALIA - VENDITE PER CANALE (2016)

## 3.021mln €

VENDITE BIO MKT DOMESTICO  
(tutti i canali)

**+14%**  
Rispetto  
2015



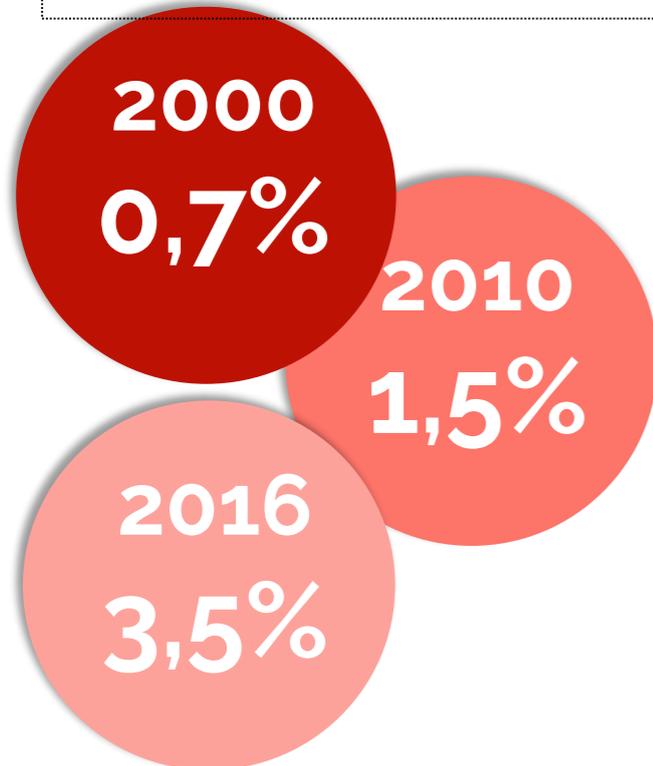
Fonte: Nomisma su dati Nielsen-Assobio

\* Dati Nielsen - Mese terminante GIU 2017

# BIO IN ITALIA – gli indicatori che testimoniano il successo

## RUOLO DEL BIO SULLA SPESA DEGLI ITALIANI

% BIO su TOT spesa alimentare nella Gdo



## DISTRIBUZIONE E REFERENZE IN ASSORTIMENTO

NUMERO DI CATENE CON REFERENZA A MARCHIO BIO

18 **+22%** → 22

NUMERO DI REFERENZE BIO A MARCHIO DEL SUPERMERCATO

2259 **+26%** → 2857

NUMERO DI REFERENZE BIO MEDIAMENTE VENDUTE IN GDO

162 **+29%** → 209

2015

2016

Ogni 100 nuove referenze 23 sono bio

Fonte: NOMISMA su dati Nielsen e Bio Bank.



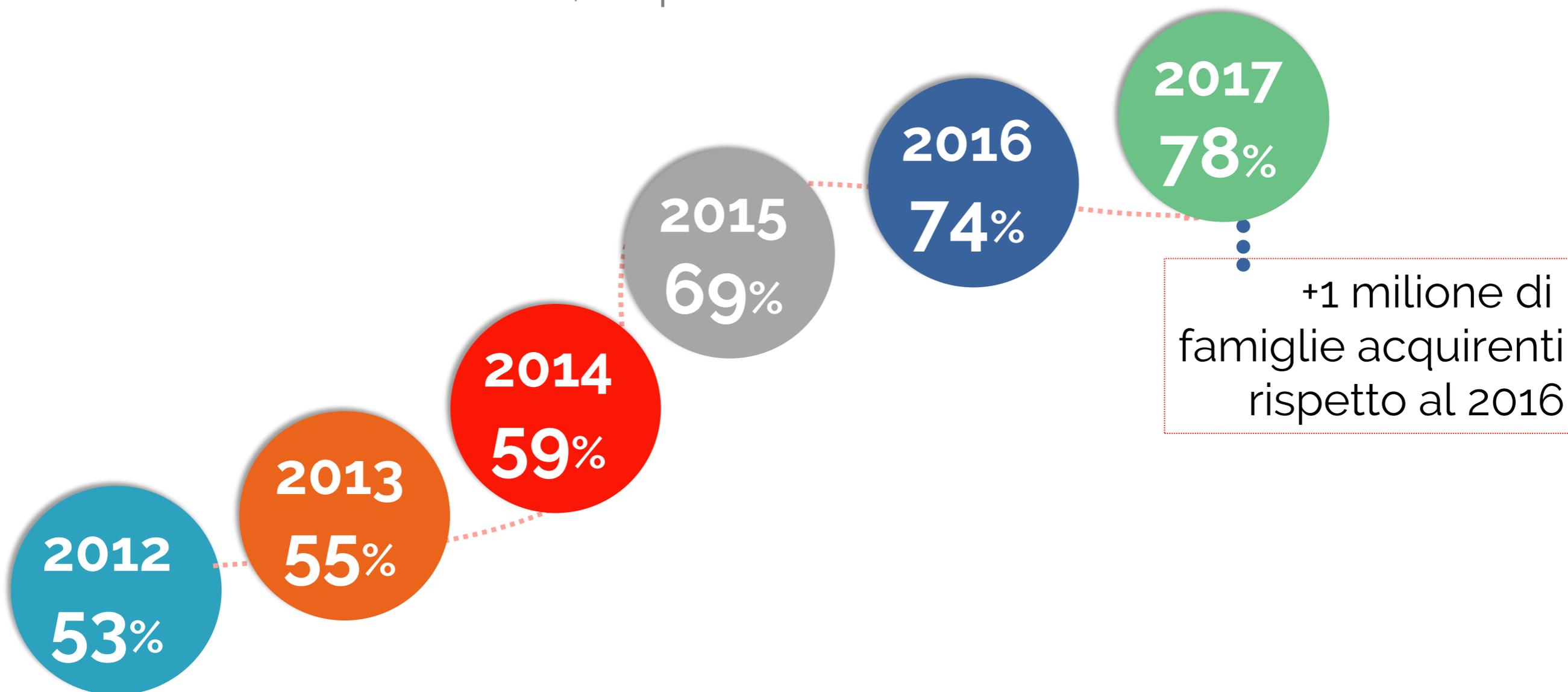
**bio**

# CONSUMPTION HABITS

I risultati della survey Nomisma  
sul consumatore

# Tasso di penetrazione BIO food

Nell'ultimo anno, per sé o per la sua famiglia ha acquistato, in almeno un'occasione, un prodotto alimentare/bevanda a marchio BIO?



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# ACQUISTO DI PRODOTTI BIO: TOPICS

**Frequent user** Consumano bio almeno una volta a settimana

**60%**

**47%**  
sulla popolazione 18-65 anni

**33%**

**Bio Affezionati**  
(user bio da oltre 5 anni)

## MOTIVI

È il prodotto che volevo **35%**

Caso/Curiosità **32%**

Promo **31%**

Altro **2%**

% di user bio che ritengono molto importante

**76%** Origine italiana

**60%** Packaging eco-sostenibile

**49%** Ingredienti 100% veg

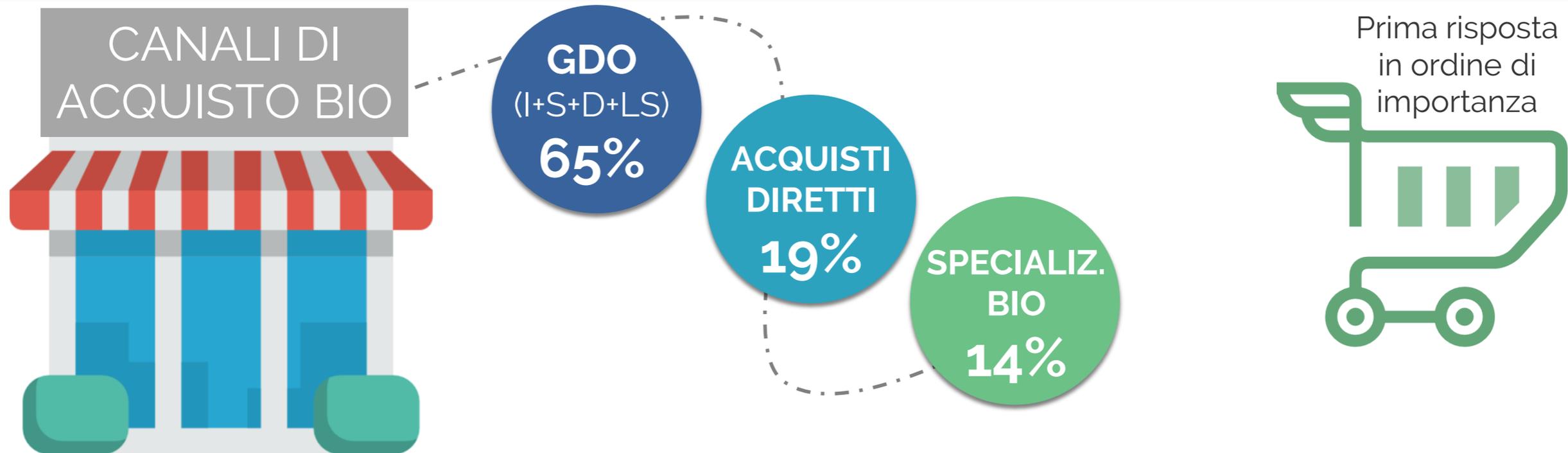
**ATTRIBUTI PIÙ RICERCATI**

**1/5** delle famiglie

ogni **100€** di spesa alimentare spende **12€ in bio**

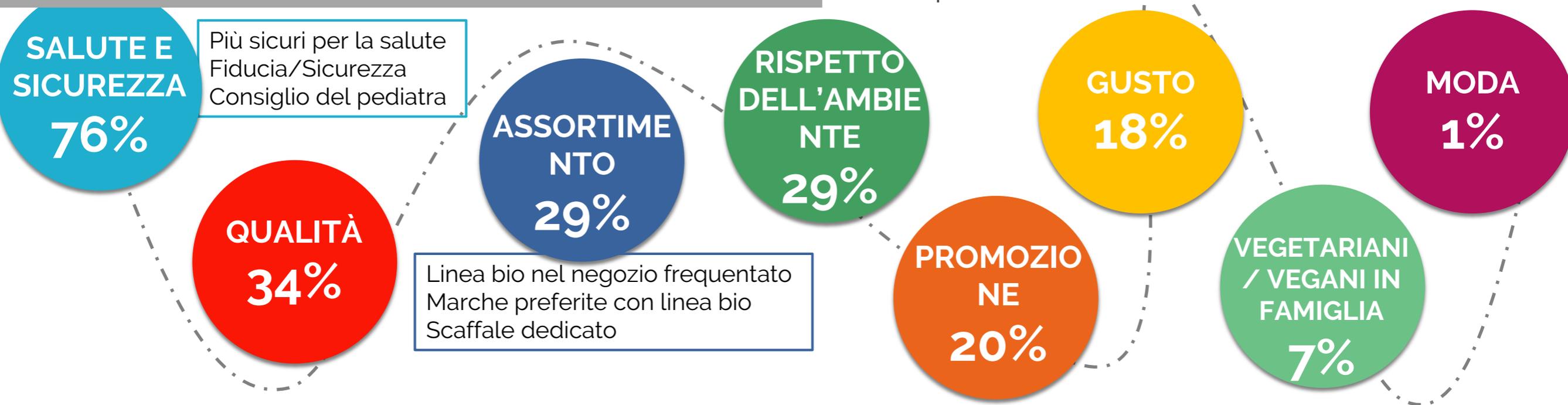
Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# ACQUISTO DI PRODOTTI BIO: CANALI E MOTIVAZIONI



## MOTIVAZIONI DI ACQUISTO BIO

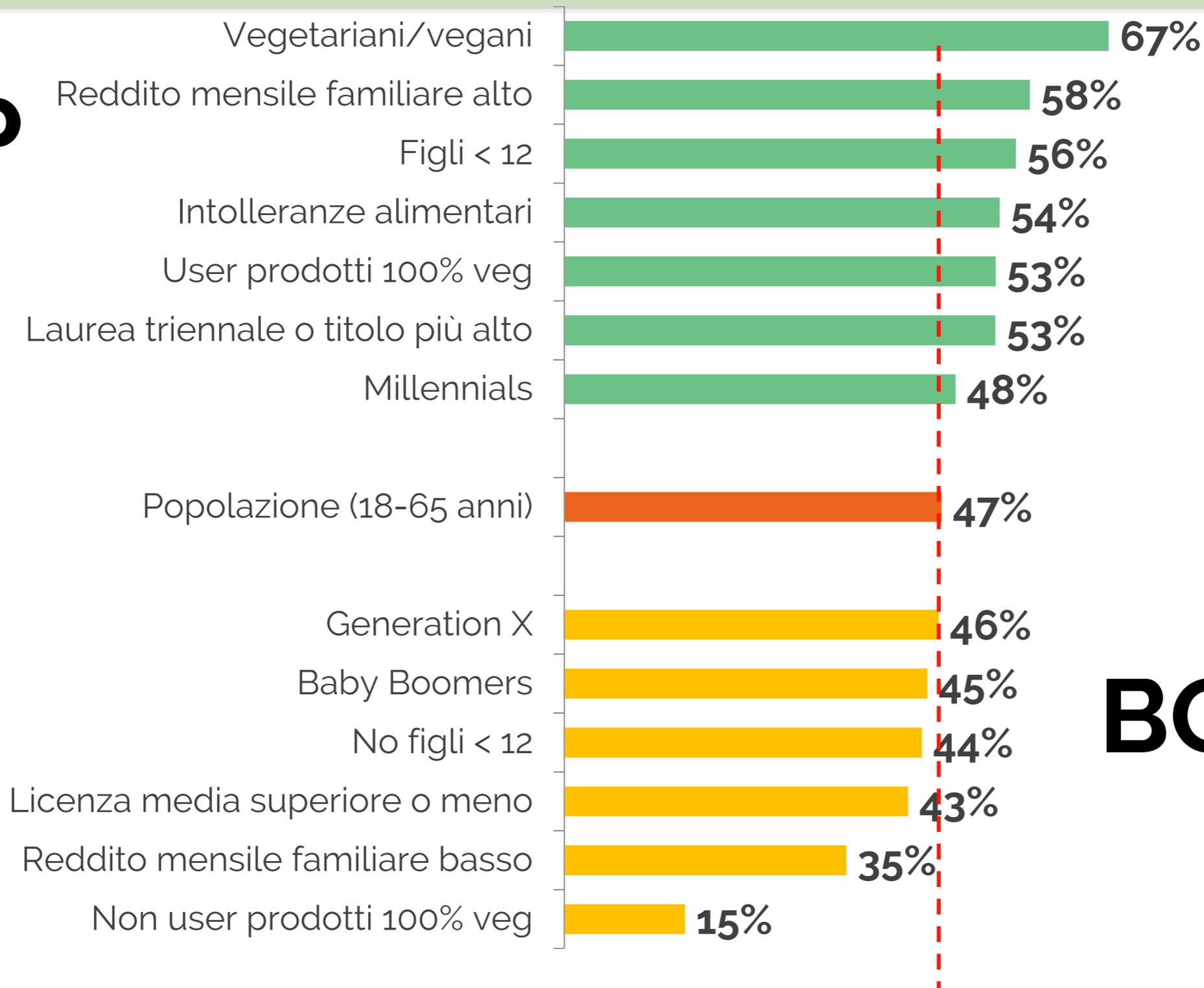
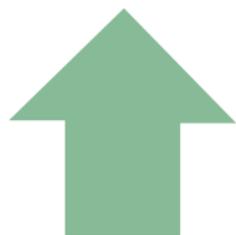
Risposta multipla



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# IL PROFILO DEL FREQUENT USER BIO

**TOP**



**BOTTOM**



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.



**100% veg**

# CONSUMPTION HABITS

I risultati della survey Nomisma  
sul consumatore

# È VEGGIE BOOM

8%

ITALIANI CHE SEGUONO UNA  
DIETA VEGETARIANA O VEGANA

Fonte: Nomisma

Veggie AT HOME

PRODOTTI 100% VEG

+10,2%  
TREND %  
VENDITE IN  
VALORE

34,0%  
PRESSIONE  
PROMO 2016

Veggie AWAY  
FROM HOME

7

PRODOTTI BIO

+16,2%  
TREND %  
VENDITE IN  
VALORE

23,0%  
PRESSIONE  
PROMO 2016



Ristoranti  
vegetariani/vegani  
ogni 1 mln di abitanti

Fonte: italiani.coop



Fonte: Osservatorio Immagino Nielsen

osservatorio  
Tutti i numeri del Bio Italiano

an event by  
Bologna  
Fiere

A cura di Curated by

sana

Promosso da Promoted by

ITCA  
ITALIAN TRADE AGENCY  
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Realizzato da Carried out by

Nomisma

Con il patrocinio di Under the auspices of

FEDERBIO  
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA

AssoBio

# IL CONSUMATORE E I PRODOTTI 100% VEG

Focus sui prodotti alimentari/bevande a base di ingredienti 100% vegetali (es. bevande vegetali, affettati veg, burger vegetali...)

Consumer  
base

83% delle famiglie italiane

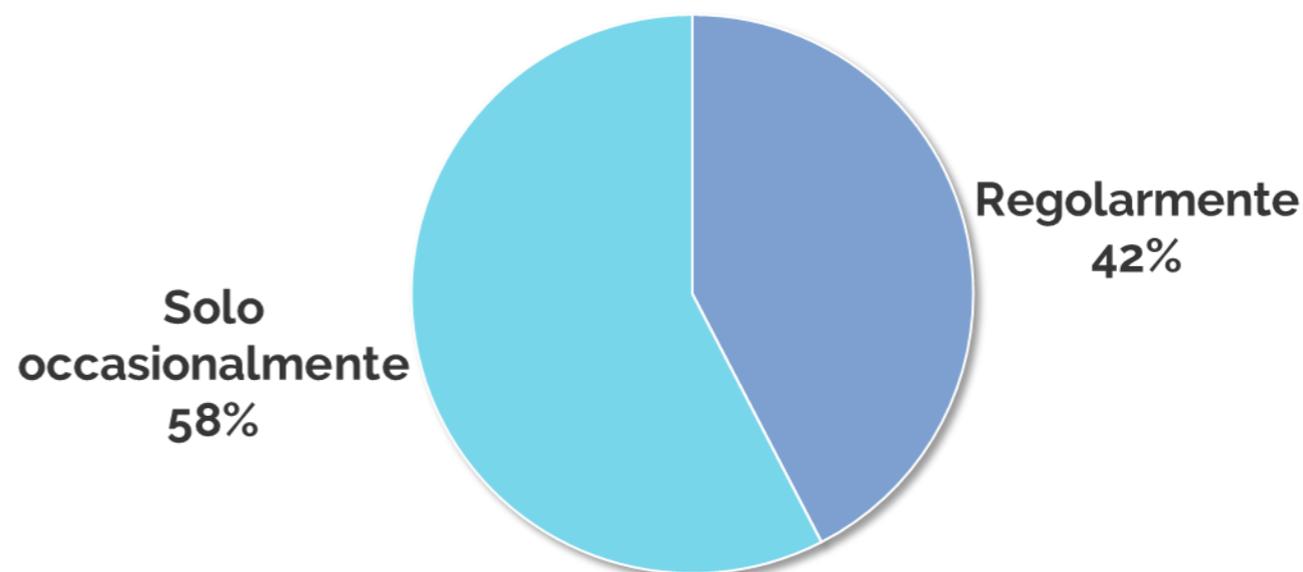
91% degli user bio

ha consumato almeno una volta nell'ultimo anno un **prodotto a base di ingredienti 100% vegetali** (a marchio BIO o senza marchio BIO)

74% degli user bio

Ha acquistato prodotti **VEG** a **MARCHIO BIO**

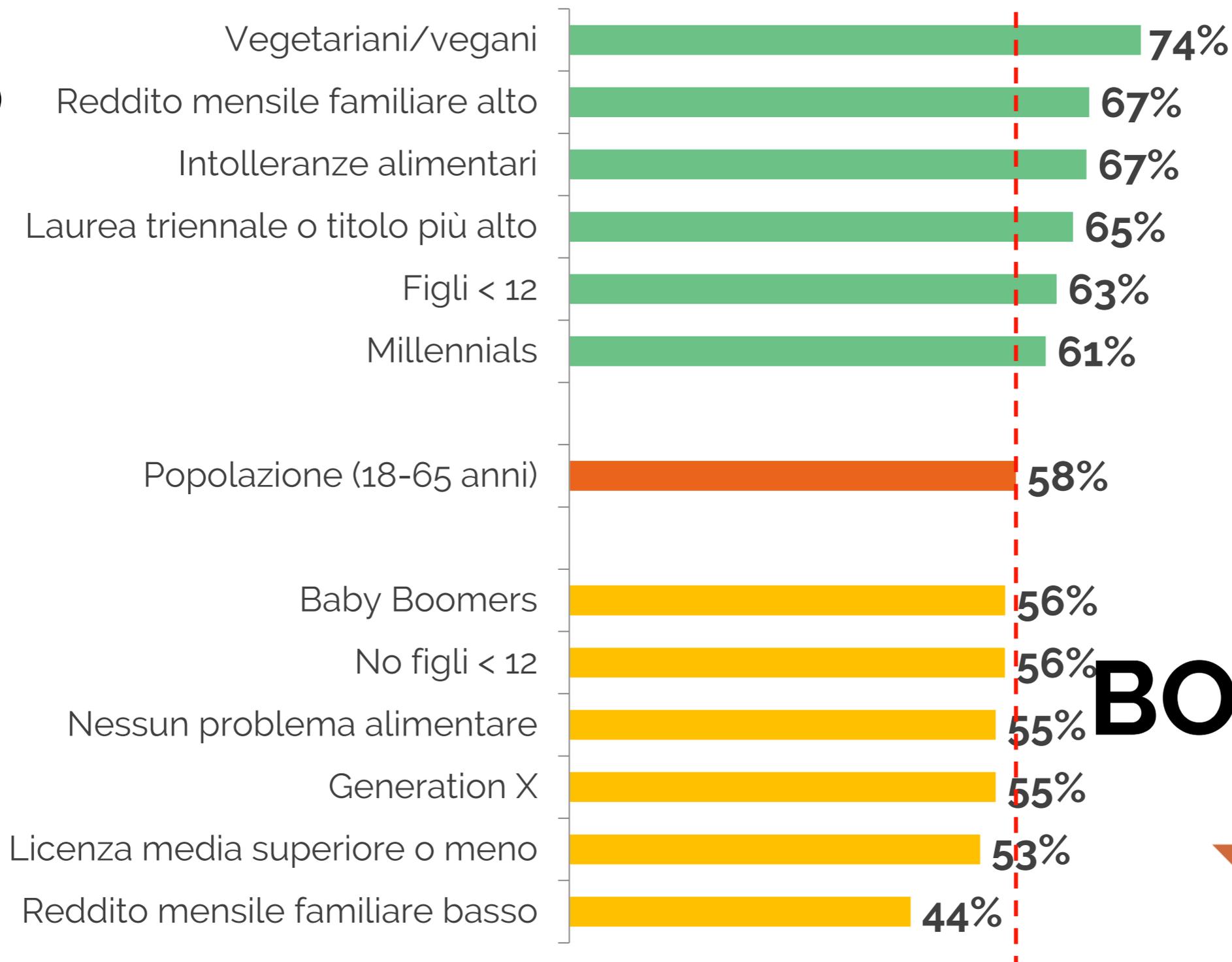
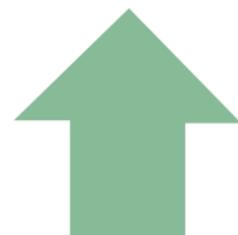
58%  
delle famiglie  
italiane



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# IL PROFILO DEL CONSUMATORE DI PRODOTTI VEG A MARCHIO BIO

**TOP**



**BOTTOM**



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# CONSUMER BASE PRODOTTI 100% VEG/1

Nell'ultimo anno, per sé o per la sua famiglia, ha acquistato, almeno una volta, le seguenti categorie di prodotti BIO A BASE DI INGREDIENTI 100% VEGETALI?

(% su user Bio)

SPEZZATINO - seitan/lupino/soia...  
POLPETTE - seitan/tofu/avena...  
BURGER - tofu/seitan/quinoa...

**77,5%**  
**PIATTI PRONTI**

**67,5%**  
**BEVANDE VEGETALI**

COTOLETTE - tofu/seitan  
Bastoncini vegetali

**53,6%**  
**PANATI**

**50,5%**  
**SOSTITUTIVI DEL FORMAGGIO**

Tofu  
Sostitutivi a base di riso/soia...

Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# CONSUMER BASE PRODOTTI 100% VEG/2

Nell'ultimo anno, per sé o per la sua famiglia, ha acquistato, almeno una volta, i seguenti prodotti BIO A BASE DI INGREDIENTI 100% VEGETALI?

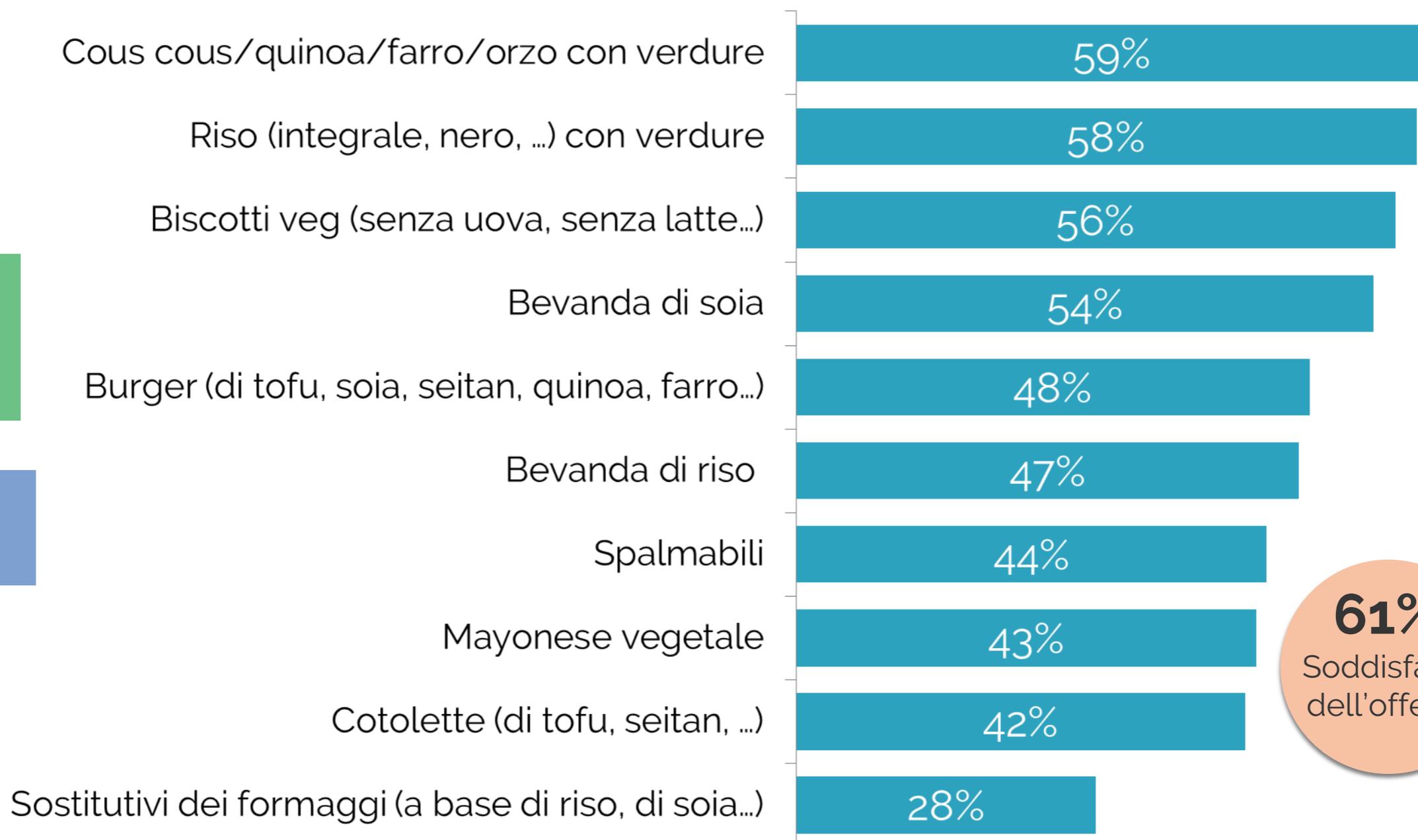
(% su user Bio)

**TOP 10**

prodotti veg  
più acquistati  
dallo user bio

**26%**

Incidenza  
media Bio su  
tot prodotti  
veg acquistati



**61%**  
Soddisfatto  
dell'offerta

Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# MOTIVAZIONI ACQUISTO PRODOTTI 100% VEGETALI

User  
prodotti  
Veg

SONO  
SALUTARI/  
FANNO BENE  
48%

Hanno un buon gusto  
Propongono combinazioni  
sfiziose

GUSTO  
32%

VEGETARIANI  
/ VEGANI IN  
FAMIGLIA  
10%

MODA  
3%

CURIOSITÀ  
27%

PRATICITÀ  
7%

FREE FROM  
45%

Risposta  
multipla



Valida alternativa alle  
proteine di origine animale  
Allergia alle proteine del  
latte/intolleranza al lattosio

Curiosità dopo che il negozio che  
frequento ha inserito una linea  
100% vegetale  
Curiosità dopo che il negozio che  
frequento ha inserito

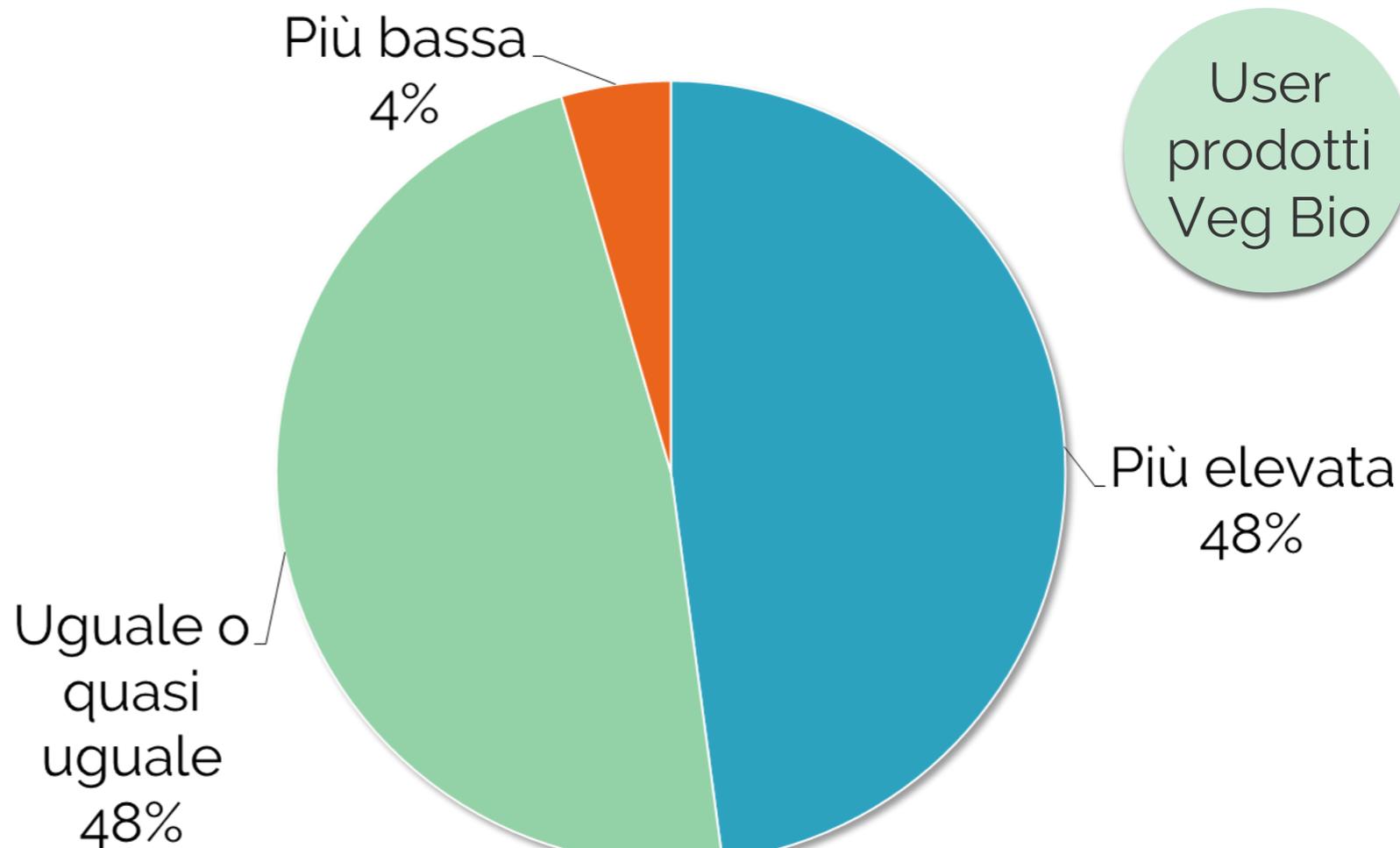
Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# QUALITÀ PERCEPITA PRODOTTI VEG: BIO VS NON BIO

Secondo Lei, i prodotti alimentari/bevande a base di ingredienti 100% vegetali a marchio BIO rispetto ai prodotti/bevande 100% vegetali senza marchio BIO hanno una qualità mediamente ...

**81%**

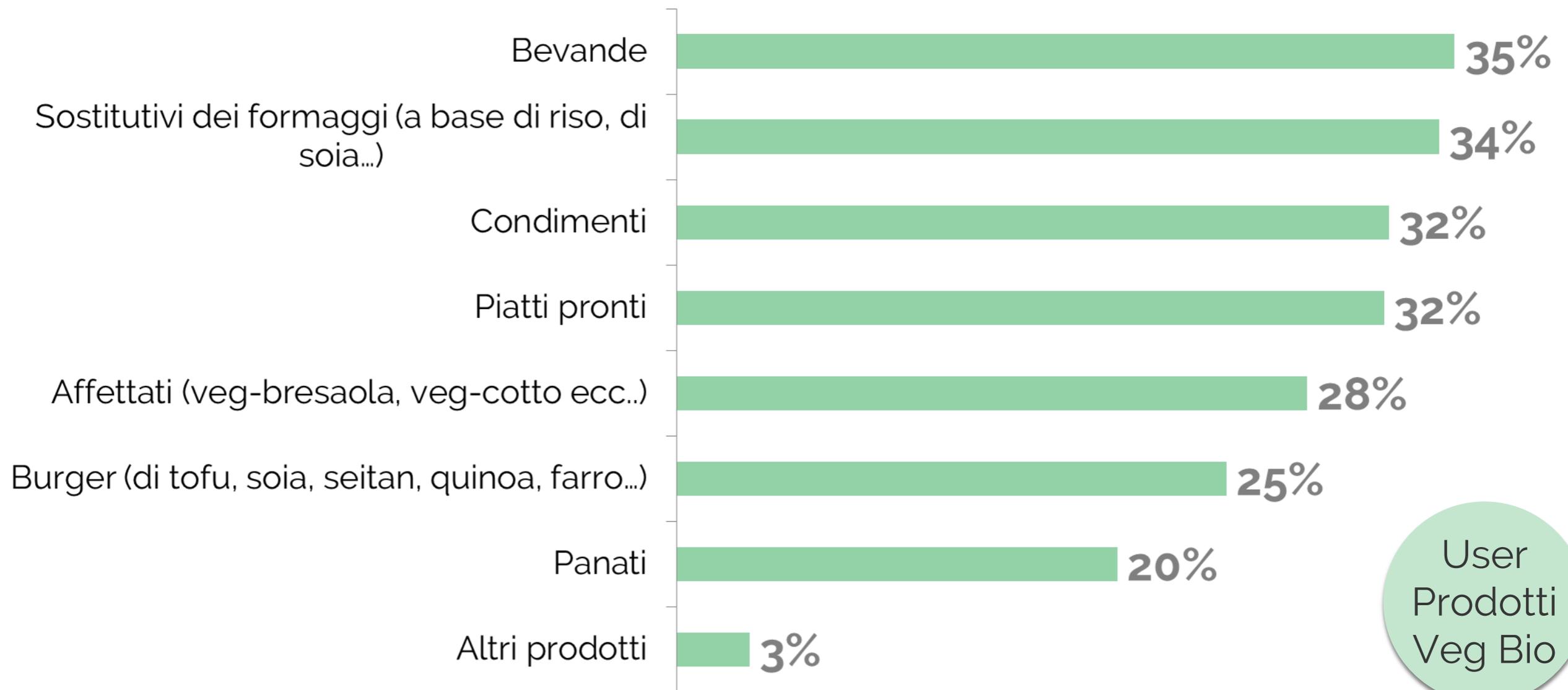
Ritiene importante la presenza del marchio BIO sui prodotti alimentari/bevande a base di ingredienti 100% vegetali



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# NUOVI PRODOTTI BIO A BASE DI INGREDIENTI 100% VEGETALI

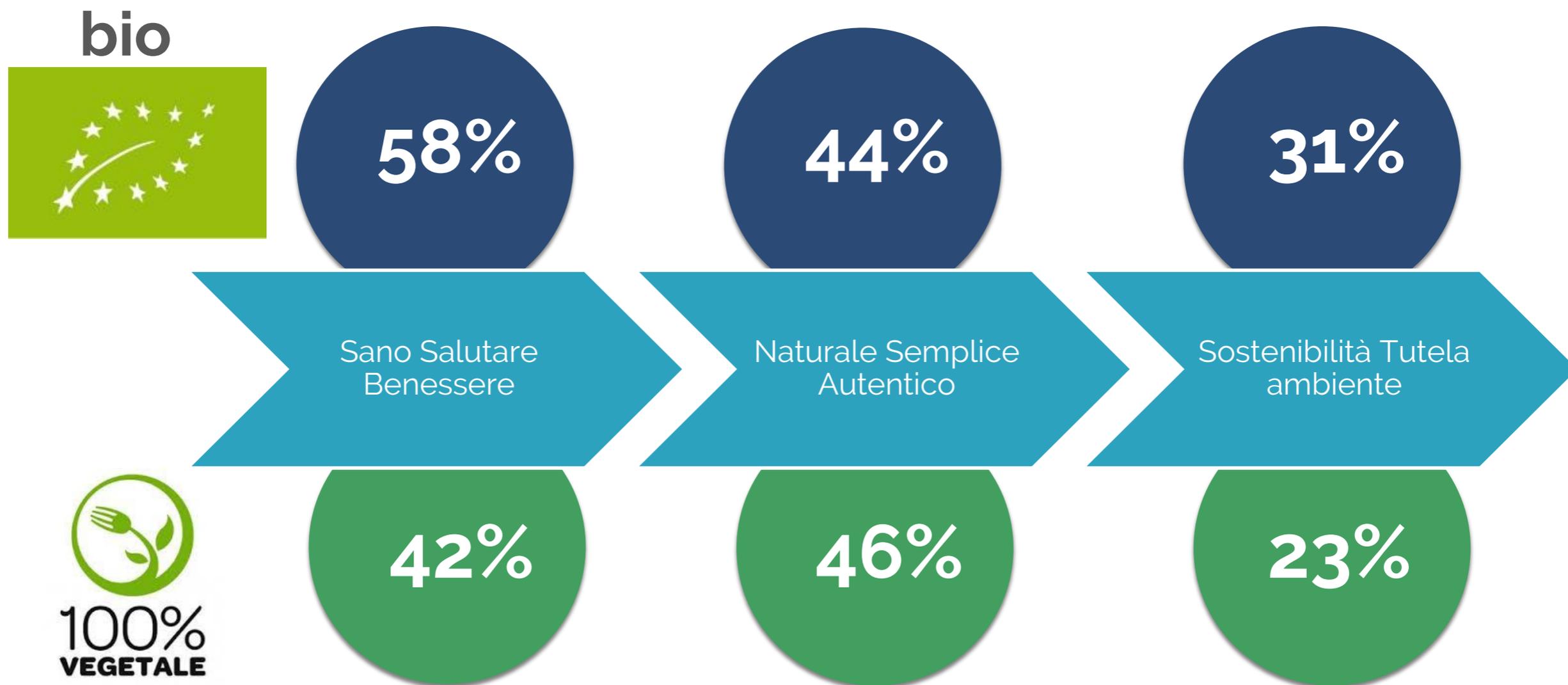
Ci sono delle categorie di prodotti alimentari/bevande BIO A BASE DI INGREDIENTI 100% VEGETALI per cui vorrebbe avere una maggior possibilità di scelta e/o vedere novità sugli scaffali?



Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.

# PERCEPTION DEI PRODOTTI BIO VS 100% VEGETALI

CARATTERISTICHE DISTINTIVE  
dei prodotti bio e dei prodotti a base di ingredienti 100% vegetali



Risposta  
multipla

Fonte: NOMISMA per OSSERVATORIO SANA 2017.



Gruppo di lavoro Nomisma per OSSERVATORIO SANA

Silvia ZUCCONI

RESPONSABILE MARKET INTELLIGENCE  
NOMISMA

[silvia.zucconi@nomisma.it](mailto:silvia.zucconi@nomisma.it)

T. 051 6483157

M. 348.1404616

Evita GANDINI

SURVEY COORDINATOR  
AGROALIMENTARE NOMISMA

[evita.gandini@nomisma.it](mailto:evita.gandini@nomisma.it)

T. 051 6483240

Valentina QUAGLIETTI

PROJECT MANAGER NOMISMA

[valentina.quaglietti@nomisma.it](mailto:valentina.quaglietti@nomisma.it)

an event by



A cura di Curated by



Promosso da Promoted by



Realizzato da Carried out by



Con il patrocinio di Under the auspices of

