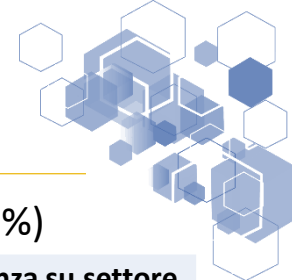


L'AGROALIMENTARE ITALIANO BIOLOGICO

FOCUS SU CONSUMI
NEL MERCATO NAZIONALE

Settembre 2017

SPESA PER IL «BIO» NEI PRIMI MESI DEL 2017



INCIDENZA DELLA SPESA PER CONSUMI BIO SULL'AGROALIMENTARE PER SETTORE (GEN-GIU 2017, %)

BIO e Settori	Valore (Mgl di €)	Incidenza su settore (TOT. Agroalimentare)
Totale Biologico	1.026.987	2,8
DERIVATI DEI CEREALI	169.485	3,2
CARNI	6.965	0,2
SALUMI	3.116	0,1
LATTE E DERIVATI	68.761	1,4
ITTICI	5.805	0,2
UOVA	45.120	12,9
ORTAGGI	223.392	5,6
FRUTTA	257.131	7,8
OLI E GRASSI VEGETALI	19.787	3,0
MIELE	8.931	12,9
VINO E SPUMANTI	7.798	0,7
BIRRA	921	0,1
ALTRE BEV.ALCOOLICHE	27	0,0...
BEV.ANALCOOLICHE	34.854	4,2
ALTRI PRODOTTI ALIMENTARI	104.274	2,2

2016:
Oltre 2 Mld le stime di
vendita di prodotti bio

Fonte: Ismea-Nielsen Metodo Misto

- Nel primo semestre 2017 la spesa per i prodotti biologici rappresenta circa il 3% della spesa agroalimentare, tuttavia l'incidenza del «bio» è particolarmente marcata nei settori del **Miele**, **Uova**, **Frutta** e **Ortaggi**.





IL CIBO E I NOSTRI TEMPI

- Le scelte di consumo sono dettate da **desideri** e non più da bisogni;
- Si mangia per appetito e non più per fame

Il nuovo senso del cibo



- Nuovi e diversi trend di consumo legati al «desiderio» di **«benessere», di «stare bene»**

La principale attenzione



- Il «mangiare» assume connotati **«culturali»**
- Si introducono nuovi **«comportamenti di consumo»** che diventano «stili di vita»
- Il cibo viene raccontato come fosse storia e emancipato dalla sua natura di commodity

Il recupero di valori e le nuove sensibilità





GLI ASSI PORTANTI



Benessere e qualità

- *Biologico*
- Superfood



Sostenibilità economica, ambientale ed eticità

- *Biologico* e biodinamico
- Vegetariano
- Vegano

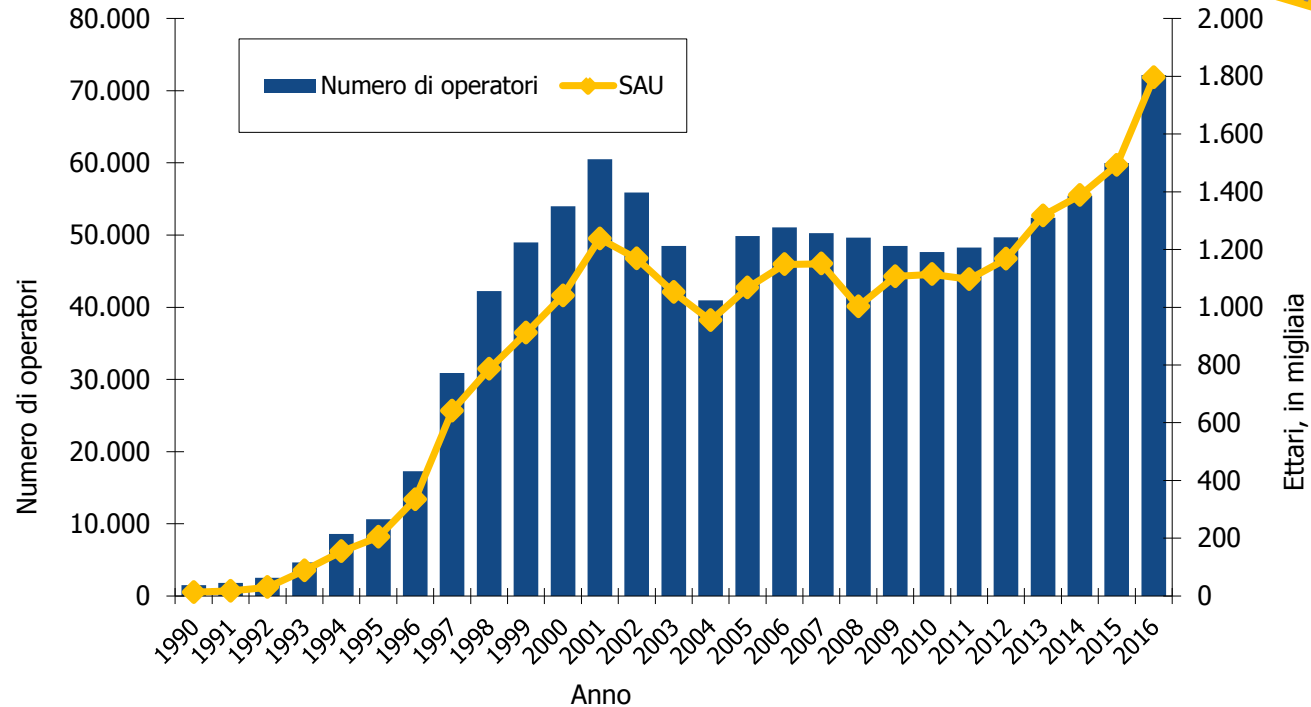


Esperienza, tradizione, cultura e socialità

- Street-food
- Filiera corta
- Turismo rurale

RIASSUMENDO...

2016: LA CRESCITA DEL SETTORE



Superfici e operatori crescono per rispondere all'aumentare della richiesta di prodotti biologici del mercato

	ITALIA 2015	ITALIA 2016	VAR. % 2016/2015
SUPERFICI BIOLOGICHE (biologica+conversione)	1.492.579	1.794.558	+20,2
OPERATORI	59.959	72.154	+20,3

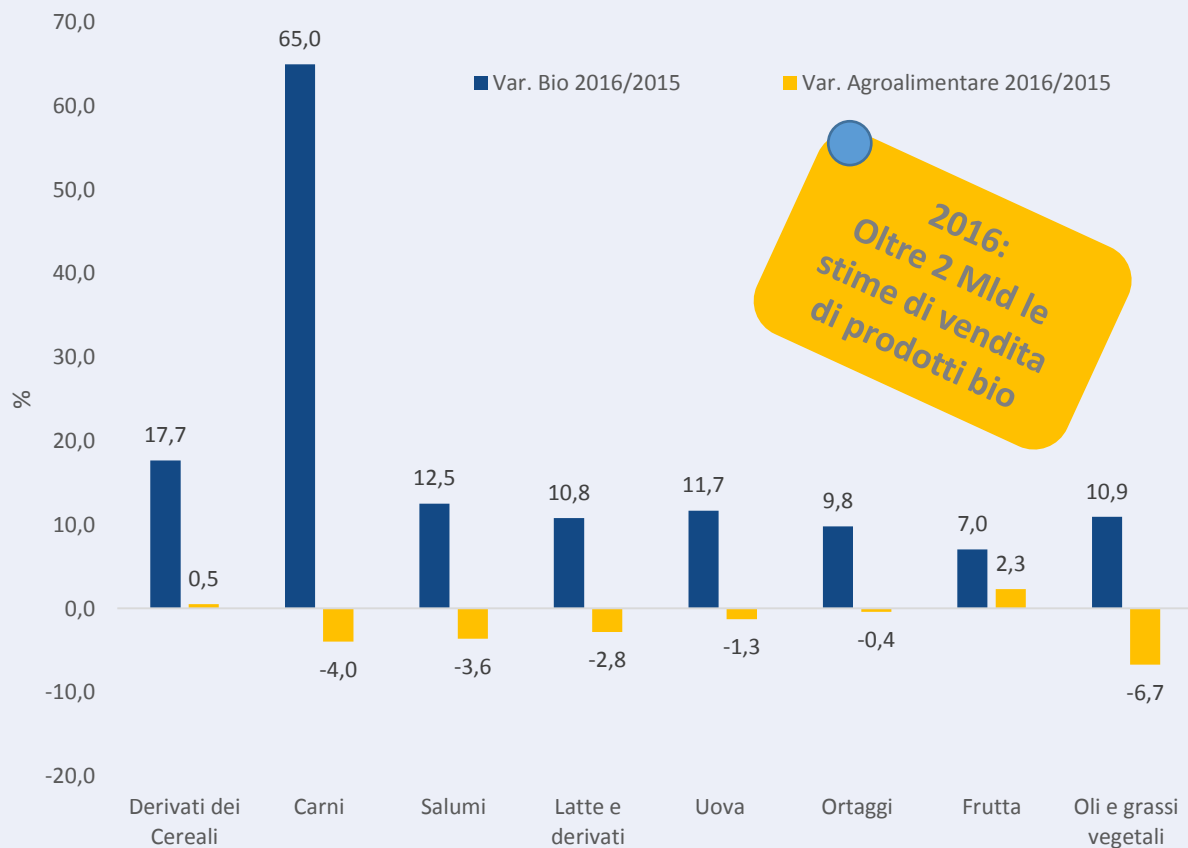
Fonte: Sinab

2016:

I RISULTATI DEL «BIO» A CONFRONTO CON L'AGROALIMENTARE

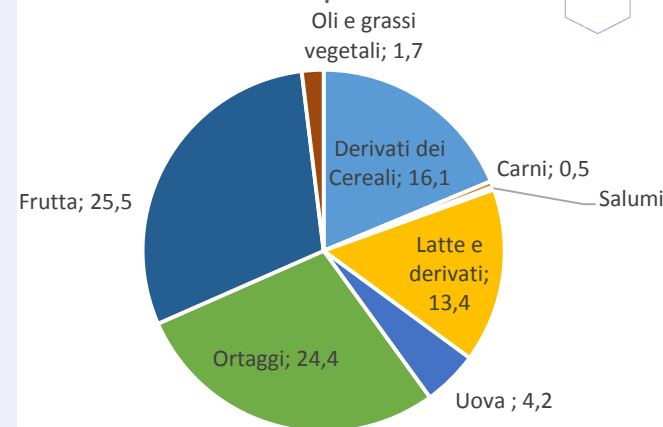


Trend dei consumi dei principali comparti alimentari

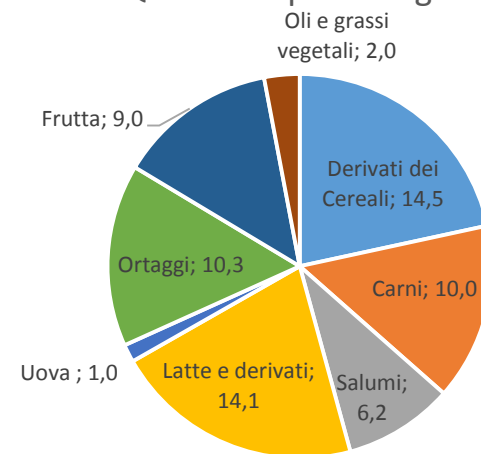


Fonte: ISMEA - Nielsen.

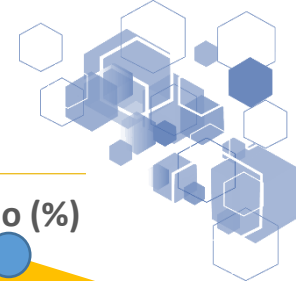
Quota comparto "Bio"



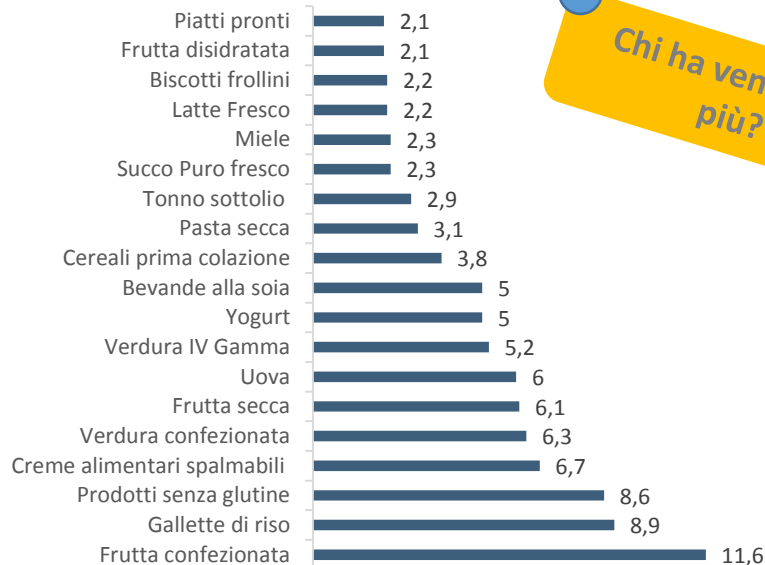
Quota comparto "Agro"



«BIO»:LE PRINCIPALI CATEGORIE IN CRESCITA NEL 2016



Bio: Delta Mln € 2016/2015



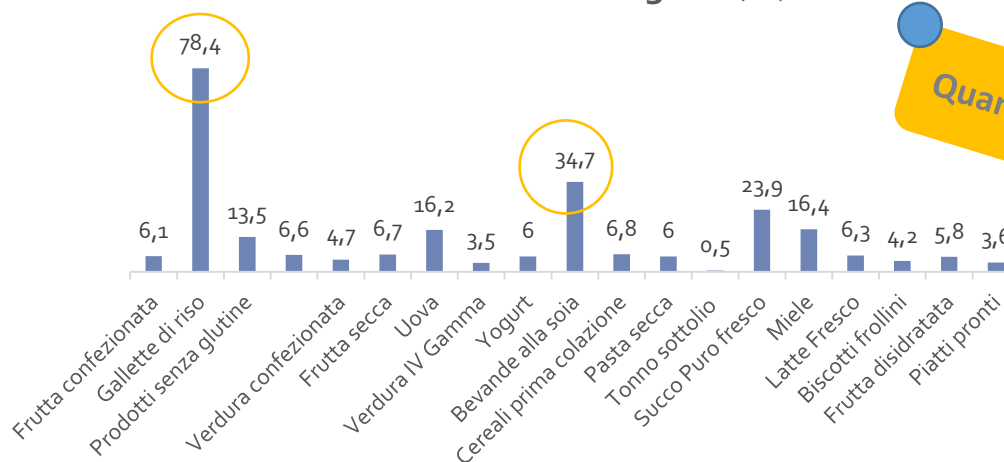
Chi ha venduto di più?

Quota valore sul Totale Bio (%)



I protagonisti del comparto

Quota Valore Bio su categoria (%)



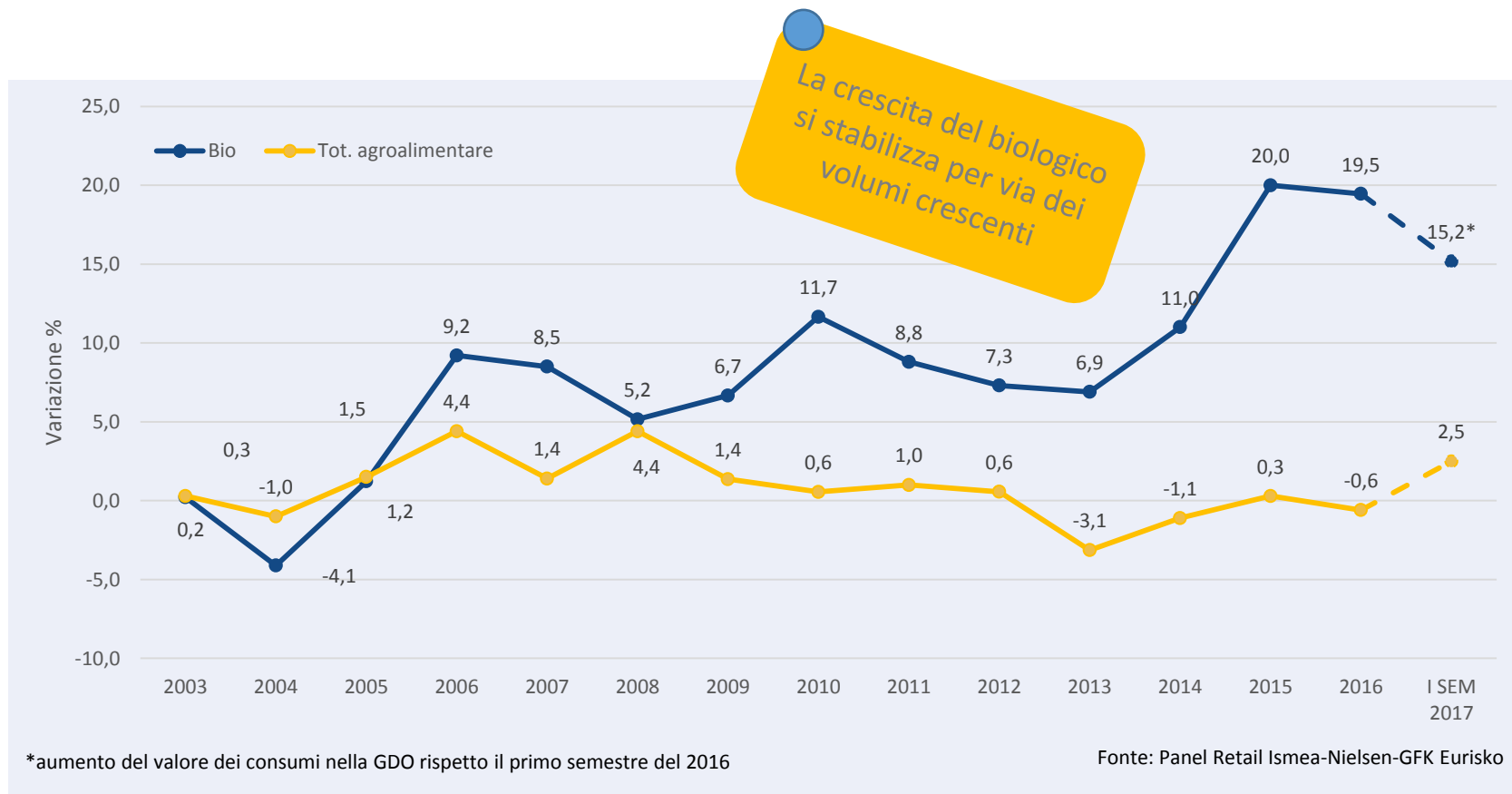
Quanto bio c'è?

2017: LA CONSACRAZIONE DEL BIOLOGICO



ANDAMENTO DEI CONSUMI DAL 2003 AL 1° SEMESTRE 2017

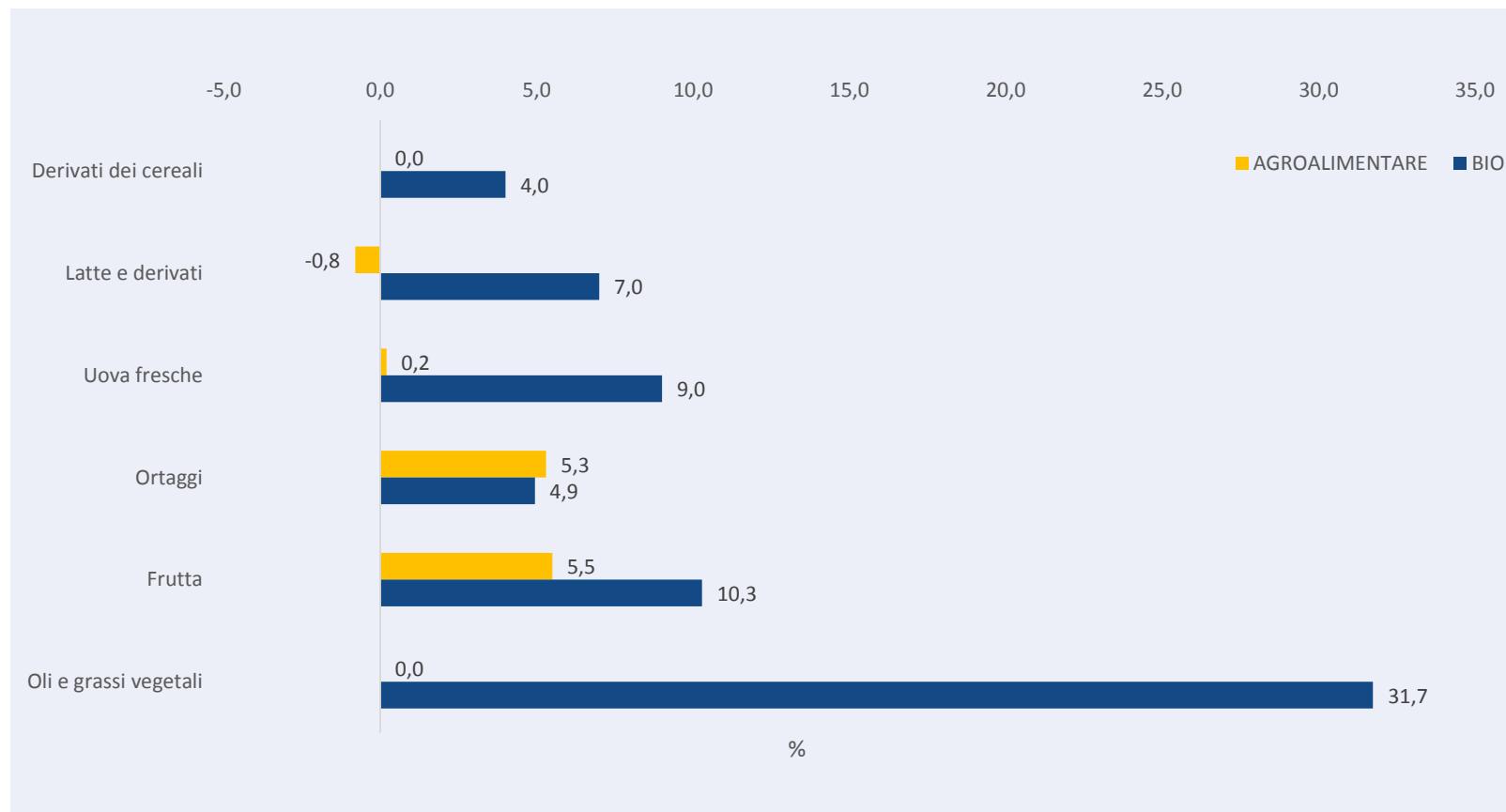
Variazione % annua dei consumi «bio» in valore nella **GDO** e confronto con l'agroalimentare



LA CRESCITA DEL «BIO» NEL 2017

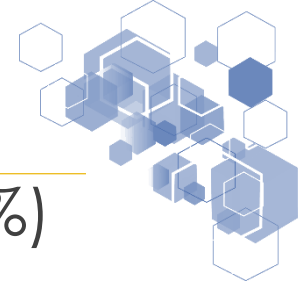


DINAMICA DEGLI ACQUISTI AGROALIMENTARI E BIOLOGICI PER COMPARTO, (GEN-GIU 2017, %)

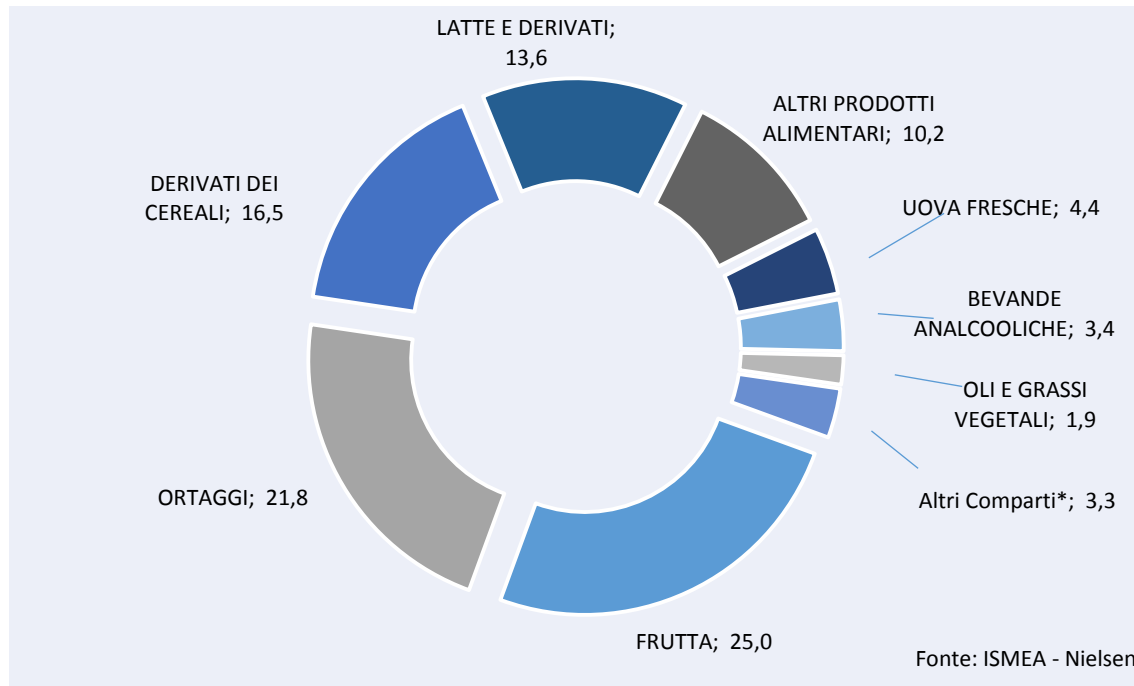


Fonte: ISMEA - Nielsen

LA SPESA BIOLOGICA: I PRINCIPALI COMPARTI



SPESA PER CONSUMI BIO PER SETTORE (GEN-GIU 2017,%)



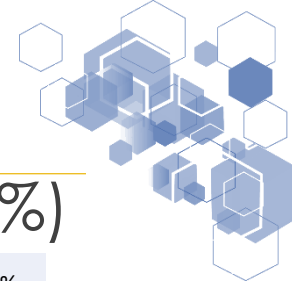
*Altri Comparti include: Carni, Ittici, Miele, Salumi, Birra, Vini e Spumanti e Altre bevande alcoliche

I CONSUMI COMPLESSIVI DEL SETTORE BIOLOGICO

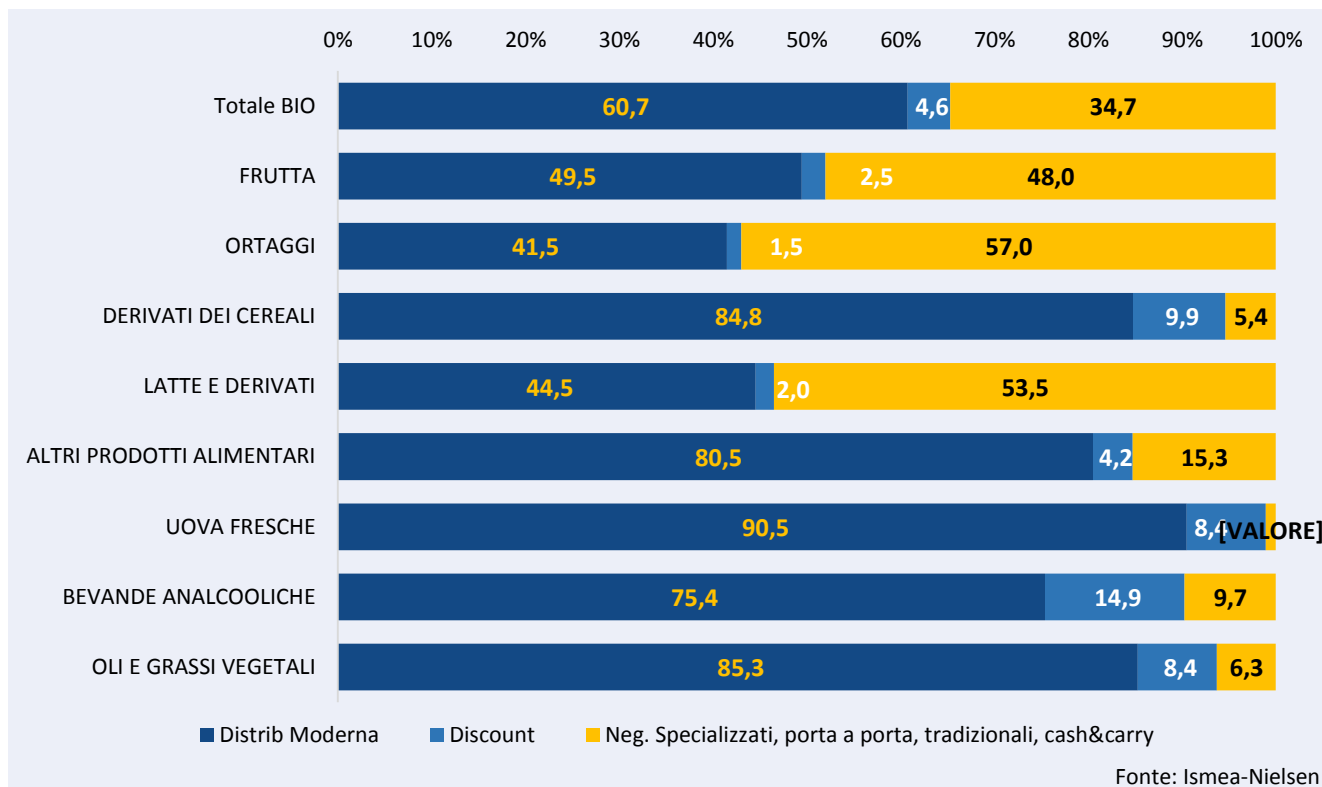
(DISTRIBUZIONE MODERNA, DISCOUNT, NEGOZI SPECIALIZZATI, PORTA A PORTA, AMBULANTI, CASH AND CARRY, GROSSISTI)

- **10,3%** la crescita dei consumi nel primo semestre Gen-Giu 2017 rispetto lo stesso periodo del 2016;
- **13,4%** la crescita dei consumi per i prodotti biologici dell'agroalimentare nel 2016.

I CANALI DISTRIBUTIVI DEL BIOLOGICO



SPESA PER CONSUMI BIO PER CANALE (GEN-GIU 2017, %)



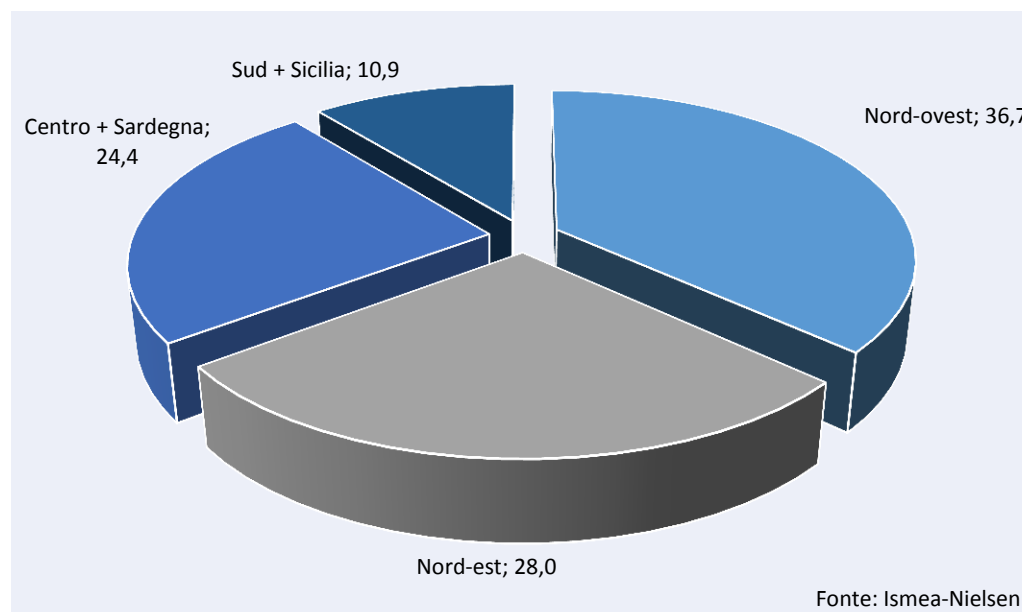
- La Distribuzione Moderna continua a essere il principale canale di diffusione dei prodotti biologici;
- La quota di prodotti biologici venduta nei discount mostra un lieve incremento (+0,4%) rispetto al 1° semestre dello scorso anno;
- Leggera diminuzione rispetto al 2016 (-2,8%) degli acquisti presso gli specializzati.



IL «BIO» NELLE DIVERSE ZONE D'ITALIA



SPESA PER CONSUMI BIO DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA (*Iper, Super, Liberi Servizi*)
PER **AREA GEOGRAFICA** (GEN-GIU 2017, %)

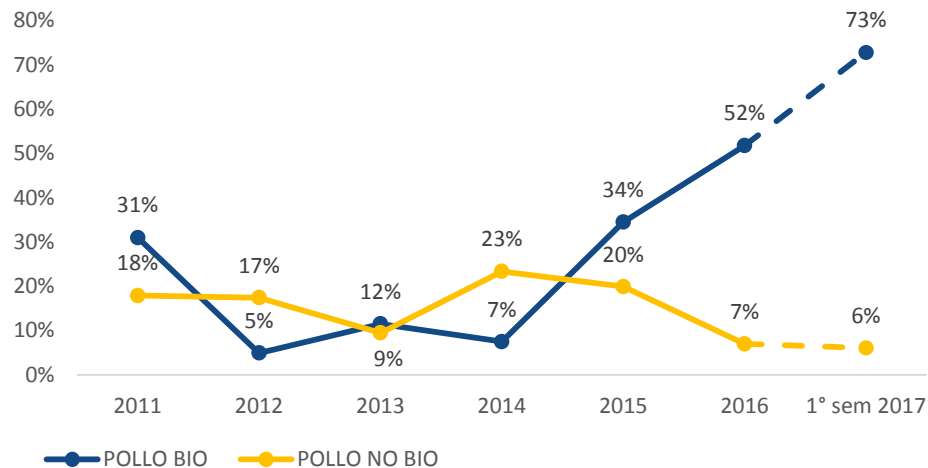


- Il 65% della spesa «bio» è nei carrelli del Nord Italia;
- Ottimi, rispetto la popolazione residente, i consumi biologici nel Centro Italia (24%);
- Nel Sud, dove si concentrano le maggiori superfici e produzioni certificate, si registrano solamente il 10% di vendite di prodotti biologici.

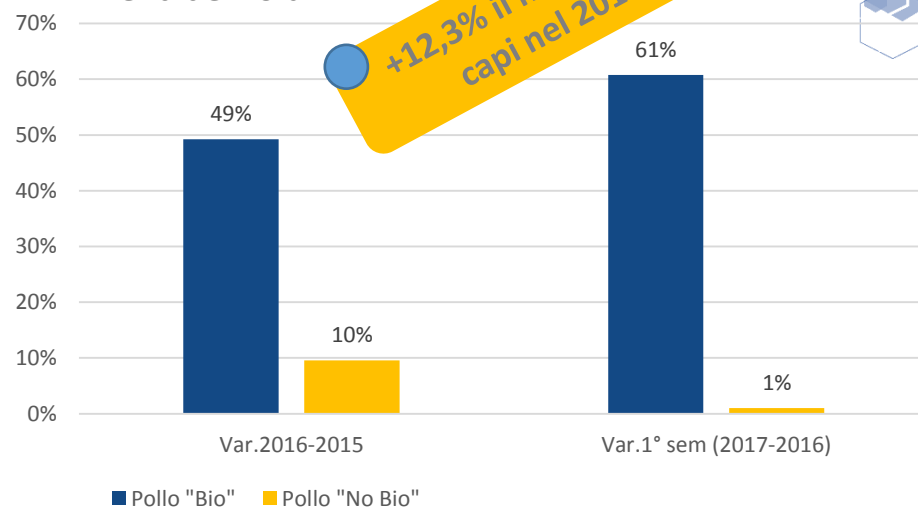


CASI D'ECCELLENZA: IL SETTORE AVICOLO

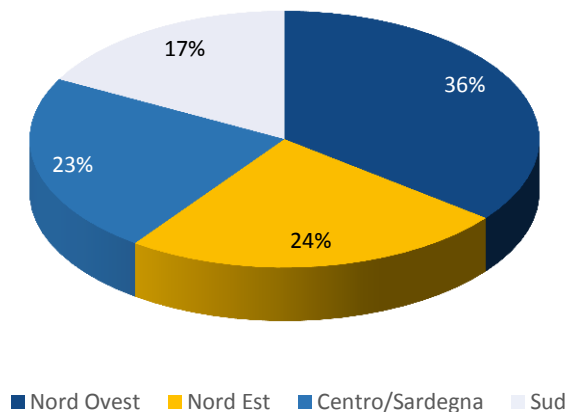
Trend valore al consumo carne avicola



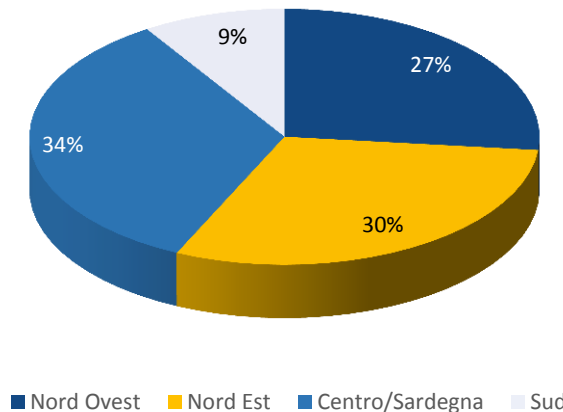
Trend dei volumi



Distribuzione delle vendite del Pollo "No Bio"



Distribuzione delle vendite del Pollo "Bio"

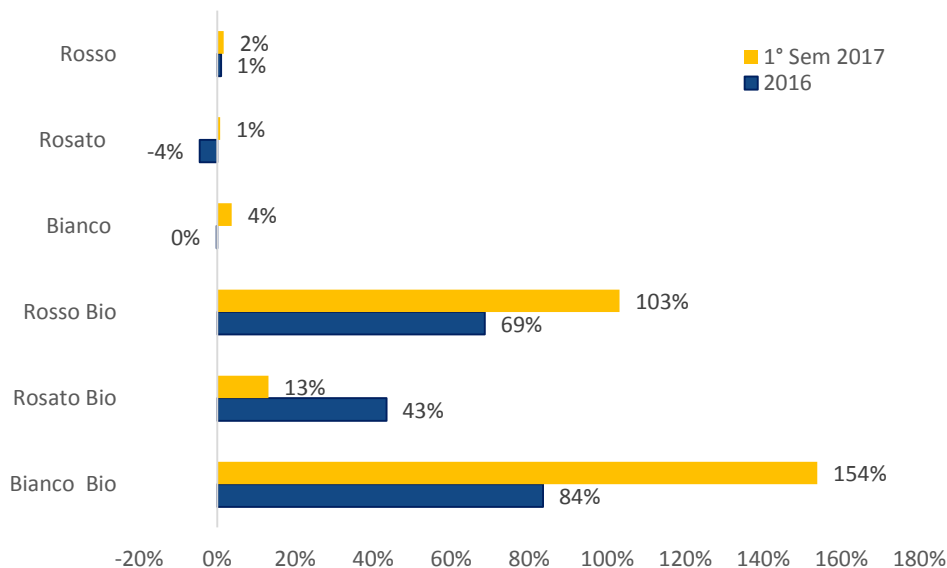


IL BOOM DEL VINO BIOLOGICO

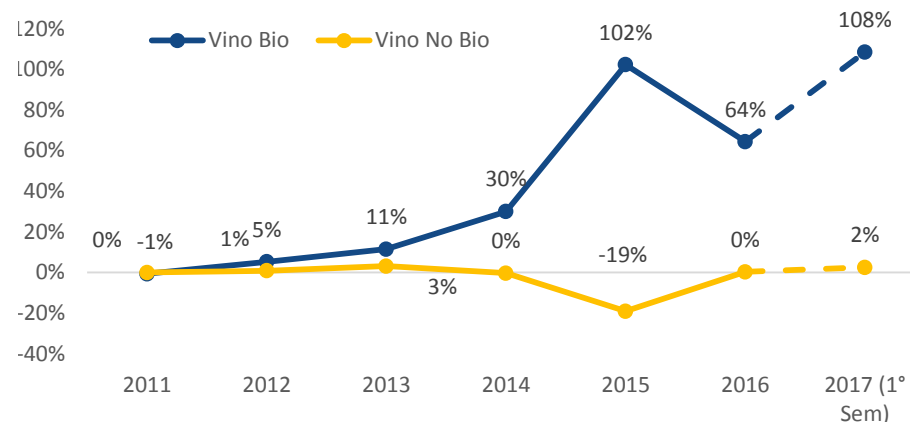
ANDAMENTO DEL COMPARTO ENOLOGICO PRESSO LA DISTRIBUZIONE MODERNA



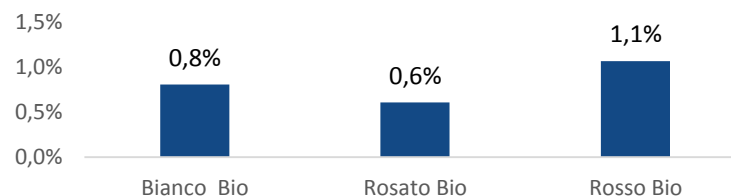
Trend del valore commercializzato



Trend Variazioni vendite presso D.M



Incidenza valore Bio/TOTALE
(1 Sem. 2017)

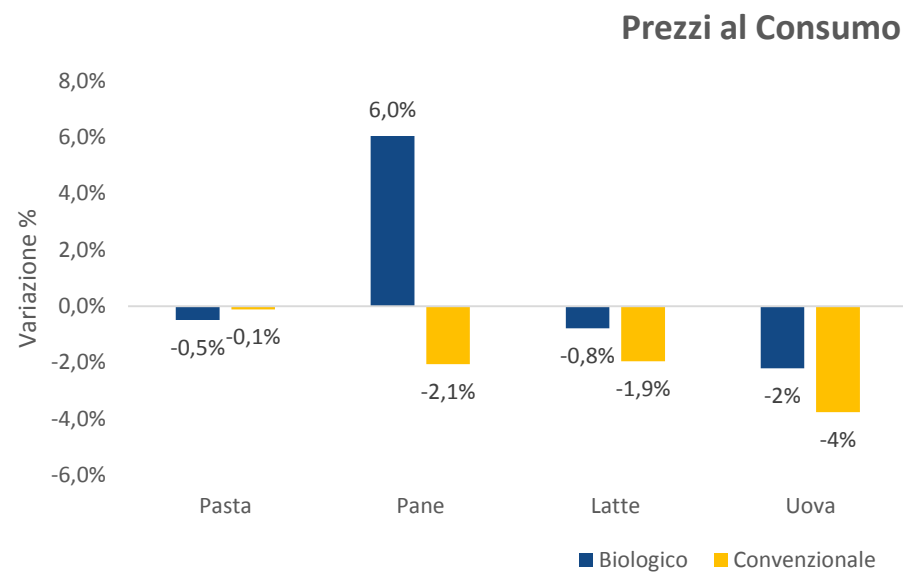
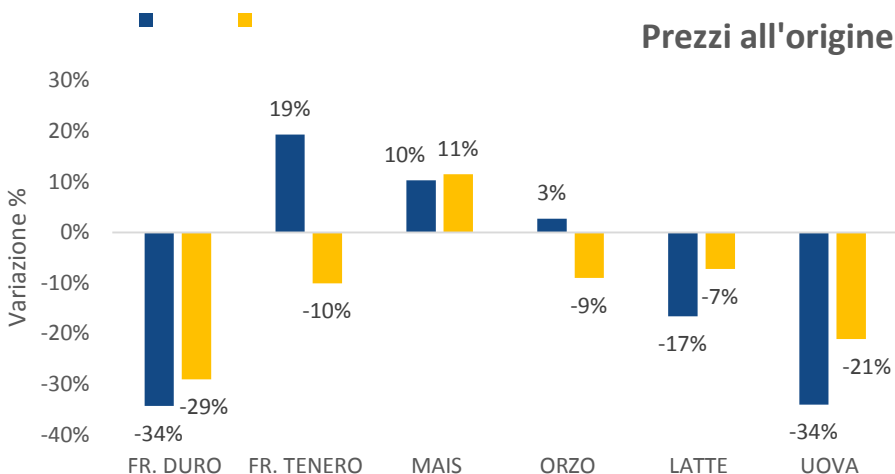


2016:
+23,8% l'aumento della superficie vitata biologica
103.545 Ha certificati (conversione+biologico)

PREZZI DEI PRODOTTI BIOLOGICI



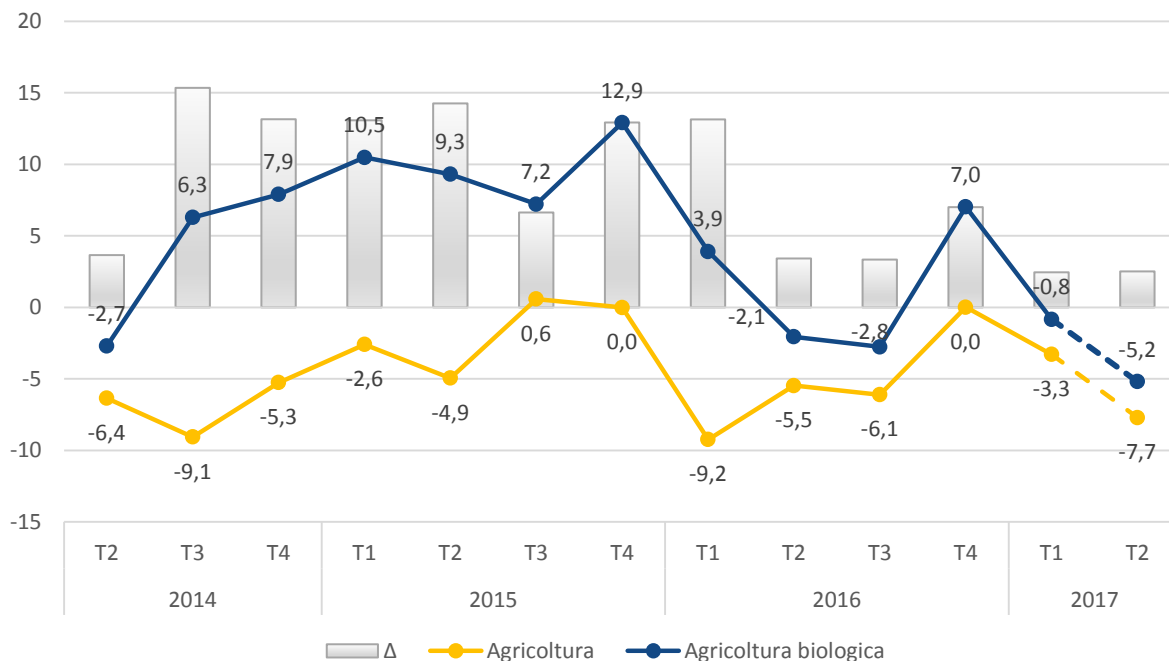
IL VALORE AGGIUNTO DEL PREZZO (VAR. %2016-2015)



LA FIDUCIA DELLE AZIENDE AGRICOLE



ANDAMENTO DEL CLIMA DI FIDUCIA Indice del clima di fiducia al 1 Sem.2017



*Altri Comparti include: Carni, Ittici, Miele, Salumi, Birra, Vini e Spumanti e

Altre bevande alcoliche

Fonte: Elaborazioni su Panel- Ismea

- Il valore negativo dell'Indice del clima di fiducia è da attribuire principalmente alla volatilità dei prezzi all'origine che rende le aziende intervistate pessimiste per quanto riguarda la stabilità del reddito nel lungo periodo.
- L'indice relativo al primo semestre 2017 tiene conto delle avverse condizioni metereologiche che hanno imperversato sul nostro paese.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

ISMEA

VIALE LIEGI, 26
00198 - ROMA
TEL. (+39) 06. 85568200

F.DELBRAVO@ISMEA.IT