

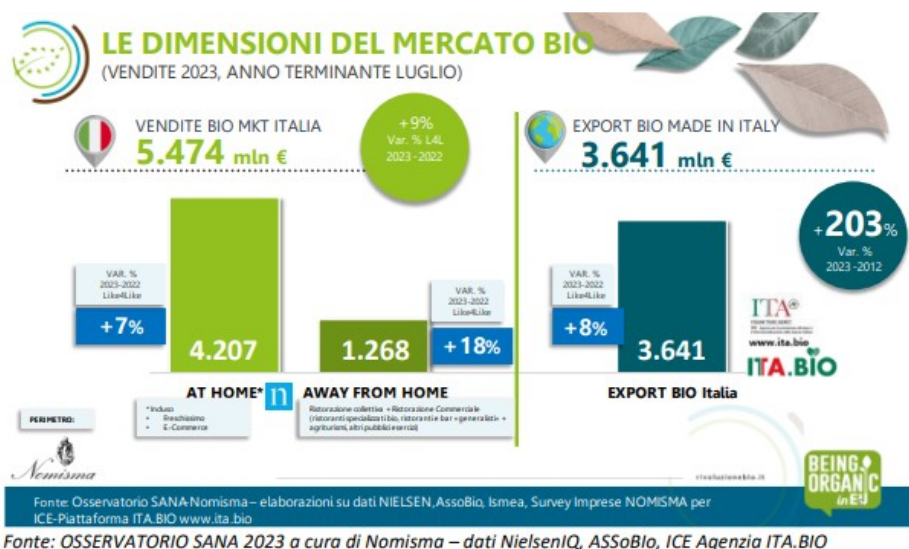
Newsletter “*ANTEA - Blockchain per la tracciabilità dei prodotti alimentari*”



IL BIOLOGICO IN ITALIA

Il **biologico** continua a crescere in Italia, con un trend positivo confermato dai [dati presentati a SANA 2023](#).

Il **mercato interno** è trainato principalmente dai **consumi fuori casa** (ristorazione commerciale e collettiva segnano un +18% sul 2022). L’analisi mostra, inoltre, la ripresa a valore dei **consumi domestici** (+7% anno terminante luglio 2023 rispetto all’anno precedente), spinta dalle dinamiche inflattive, vista la lieve flessione riportata a volume in distribuzione moderna.



Le dimensioni del mercato bio (Fonte: OSSERVATORIO SANA 2023 a cura di Nomisma – dati NielsenIQ, ASSoBio, ICE Agenzia ITA.BIO)

Vediamo i dati nel dettaglio.

Nel 2022 le **vendite alimentari bio** nel mercato interno (consumi domestici e consumi fuori casa) hanno superato i 5 miliardi di euro e rappresentano il 4% delle vendite al dettaglio biologiche mondiali. I consumi fuori casa sfiorano 1,3 miliardi di euro, segnando una **crescita** del +18% rispetto al 2022. Questa, però, è legata al **balzo in avanti dei prezzi**, più che all’aumentare delle occasioni di consumo.

I **consumi domestici**, dopo la leggera flessione dello scorso anno (-0,8% a valore rispetto al 2021), registrano una variazione del +7%. Ma, anche in questo caso – si legge nell’analisi – la crescita deriva soprattutto dalla spinta inflazionistica dell’ultimo anno, confermata dal calo dei volumi in Grande Distribuzione (-3% le confezioni di prodotti bio vendute rispetto allo stesso periodo del 2022).

Per i consumatori il bio è più sicuro e sostenibile

Quali sono le **motivazioni** che spingono il consumatore a scegliere il biologico? Secondo quanto emerso dai dati, la **salute** è la prima motivazione, in quanto i prodotti bio sono ritenuti più sicuri rispetto a un prodotto convenzionale (27%). Segue la **sostenibilità**: il 23%, infatti, li ritiene più rispettosi dell’ambiente, il 10% del **benessere animale** e un ulteriore 10% fa riferimento alla **sostenibilità sociale** e intende sostenere i piccoli produttori.

Le scelte di consumo confermano, quindi, l’interesse nei confronti della sostenibilità: il consumatore è preoccupato per **l’emergenza ambientale** e i cambiamenti climatici (il 78% gli italiani ritiene che la situazione sia critica), e valuta la sostenibilità di un prodotto anche attraverso la **provenienza**, cercando prodotti locali (51%), o le caratteristiche del **packaging** (50%).



Fonte: OSSERVATORIO SANA 2023 a cura di Nomisma – Consumer Survey

I canali di vendita più utilizzati

I dati presentati a SANA 2023 analizzano, infine, i canali di vendita più utilizzati per i prodotti bio. Secondo quanto emerso dall’indagine Nomisma, la **Distribuzione Moderna** rimane il **primo canale per gli acquisti** di biologico degli italiani, pesando per il 58% del totale delle vendite legate ai consumi domestici degli italiani.

Nel 2023 le vendite di biologico nel canale si attestano a **2,4 miliardi di euro** (+8% rispetto al 2022). (Fonte: Nielsen IQ – dati Anno terminante luglio 2023 perimetro omnichannel). In

particolare, **Iper e supermercati** sono il canale che, all'interno della Distribuzione Moderna, veicola la maggior parte delle vendite bio. Al secondo posto per dimensioni troviamo i **Discount** e al terzo posto i **Liberi Servizi**.

Progetto realizzato con il finanziamento concesso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Avviso n.2/2020 PER IL FINANZIAMENTO DI INIZIATIVE E PROGETTI DI RILEVANZA NAZIONALE AI SENSI DELL'ARTICOLO 72 DEL D.LGS LEGISLATIVO 3 LUGLIO 2017, N. 117. – ANNO 2021 – Scorrimento graduatoria Decreto direttoriale n. 266 del 24 giugno 2021