

# OSSERVATORIO SANA 2019

Il posizionamento competitivo del BIO Made in Italy sui mercati esteri



Bologna,  
venerdì 6 - lunedì 9  
settembre 2019

31° salone internazionale del biologico e del naturale



CON IL PATROCINIO DI:



**mipaft**

ministero delle politiche agricole  
alimentari, forestali e del turismo

IN COLLABORAZIONE CON:



**AssoBío**

CON IL SUPPORTO DI:



ITALIAN TRADE AGENCY

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

A CURA DI:





1

## BIOLOGICO

Le dimensioni del mercato



2

## IL RUOLO DELL'EXPORT BIO MADE IN ITALY



3

## FOCUS GIAPPONE E RUSSIA



# BIOLOGICO

Le dimensioni del mercato



# LE DIMENSIONI DEL MERCATO 2018



VENDITE BIO MKT ITALIA

**4.089** mln €

**NEW**  
+ FRESCHISSIMO  
GDO - PESO VARIABILE

**+276** mln €

**3.207**



AT HOME

AWAY FROM HOME

**502**

**NEW**  
+ CANALE BAR

**+104** mln €

VENDITE ITALIA  
var % Like4Like  
(parità di perimetro)

**+5,3%**  
Rispetto al  
2017

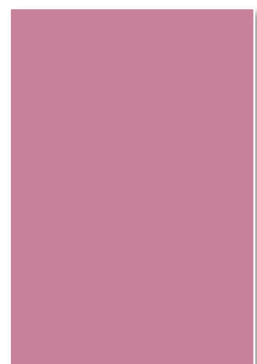
**+171%**  
Var%  
2018-2008



EXPORT BIO MADE IN ITALY

**2.266** mln €

**2.266**



EXPORT BIO Italia

EXPORT BIO  
ITALIA  
**+597%**  
Var% 2018-2008

EXPORT BIO  
ITALIA  
**+10%**  
Var% 2018-2017

## BIO

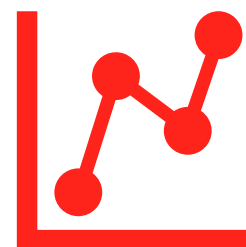


## LCC



### PRESSIONE PROMOZIONALE

Anno terminante giugno



### LE «VERE» DIMENSIONI DELLA CRESCITA

Anno terminante giugno

## VENDITE - GDO – IPER E SUPER

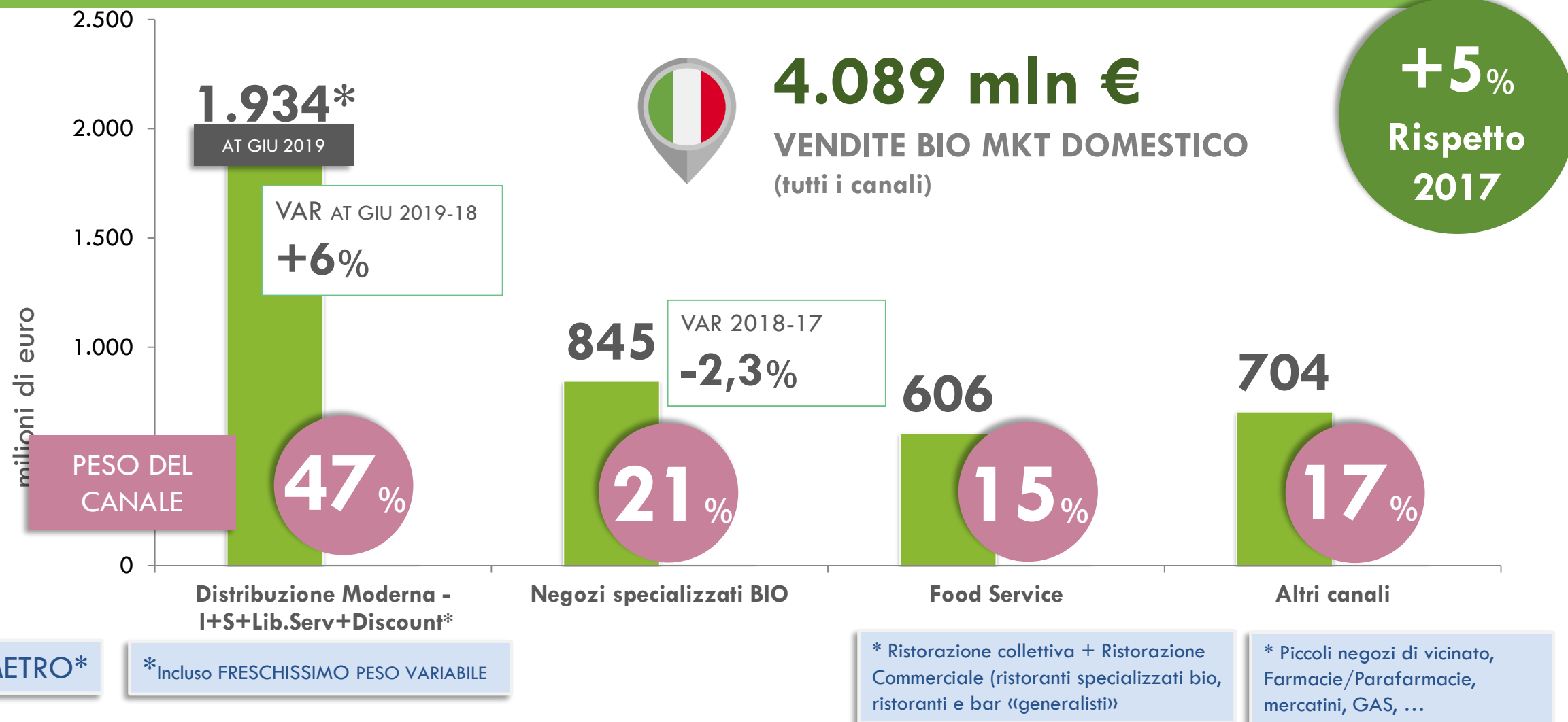
Valori

+5,9%

Volumi (a prezzi costanti)

+6,7%

# BIO IN ITALIA: VENDITE PER CANALE 2018



Fonte: Nielsen - Mese terminante GIU 2019, Nomisma per FRESCHISSIMO a peso variabile, Nomisma-AssoBio per OSSERVATORIO SANA 2019

# MERCATO BIOLOGICO: GDO vs CANALE SPECIALIZZATO

VENDITE BIO IN GDO (IPER + SUPER) vs CANALE SPECIALIZZATO – mln euro

ANNO — 2014 — 2015 — 2016 — 2017 — 2018 — 2019\*

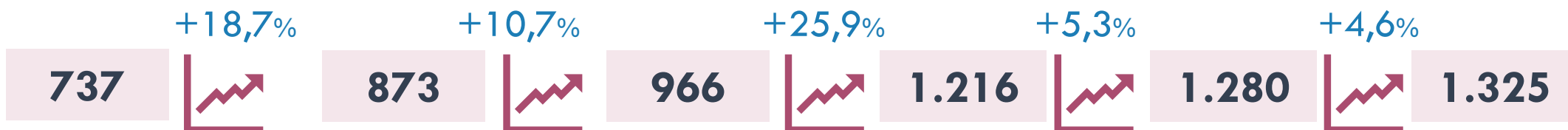
\*AT GIU

## GDO\*

\*GDO – Iper e Super

**+80%**  
Var%  
2019\*-2014  
\*AT GIU

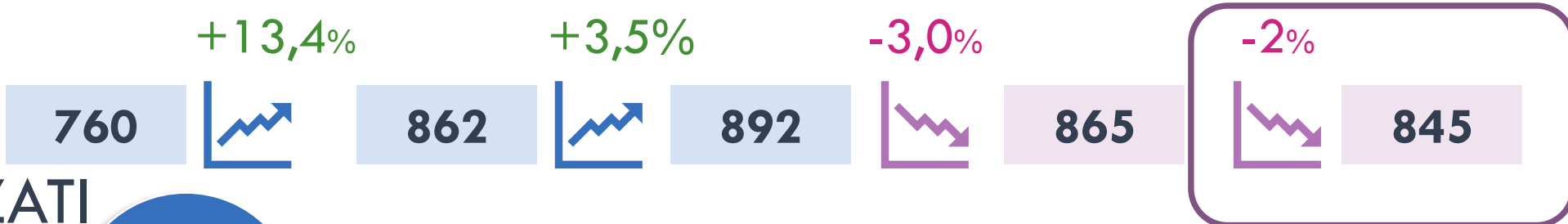
Fonte: **nielsen**



2014 — 2015 — 2016 — 2017 — 2018

## NEGOZI SPECIALIZZATI

**+11%**  
Var%  
2018-2014



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

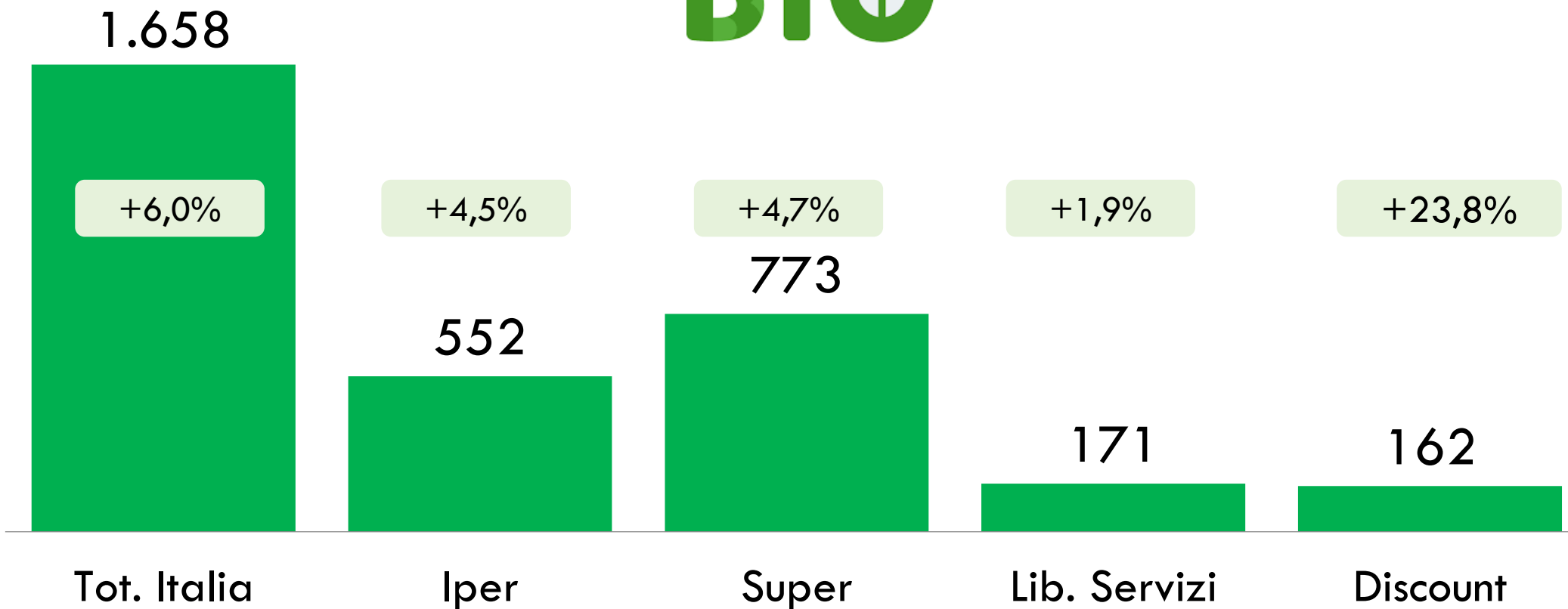
an event by

# GDO: CRESCITA PER CANALE (valore, at giu 2019)



I SEMESTRE 2016

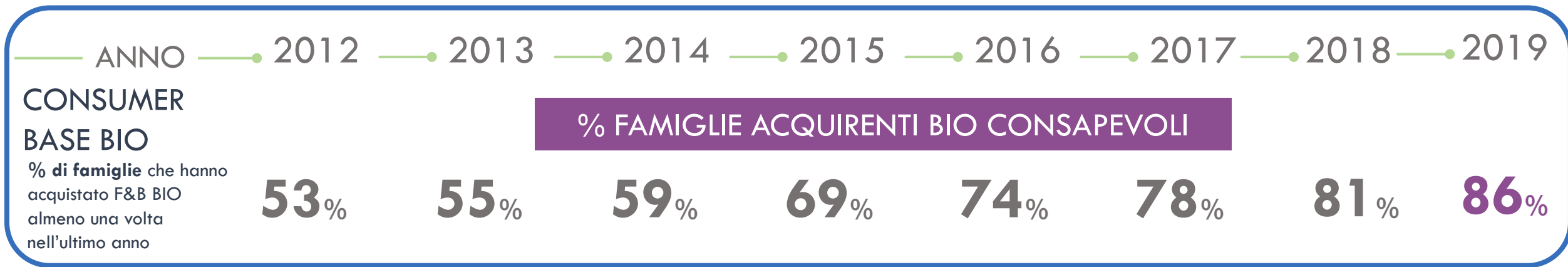
**+5,5%**  
Gen-Giu 2019



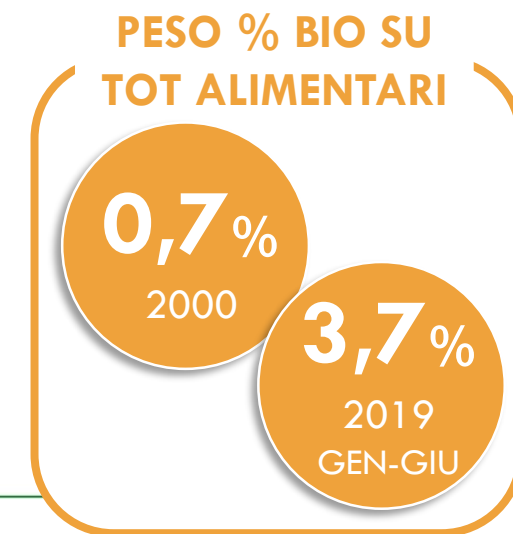
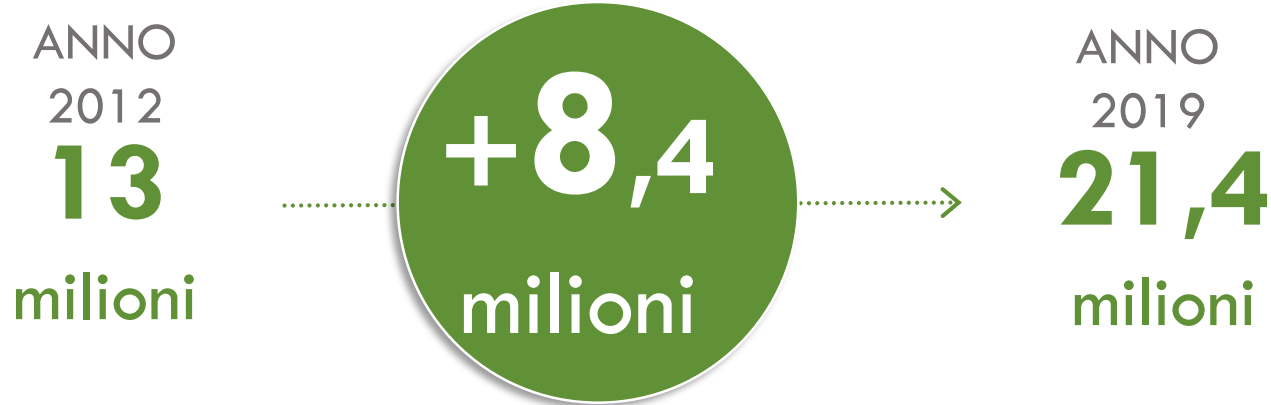


# MOTIVI DI SUCCESSO DEL BIO

GLI ITALIANI E IL BIO: Come è cambiata la domanda



**Numero di famiglie** che hanno acquistato F&B BIO almeno una volta nell'ultimo anno



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

IL RUOLO DELL'EXPORT BIO  
MADE IN ITALY



2

# TREND DI MERCATO

## Bio - MKT ESTERO 2018

**2.266 mln €**

**+10%**  
Rispetto  
2017

## BIO - MKT ITALIA 2018

**4.089 mln €**

**+18%**  
Rispetto  
2017

## EXPORT BIO

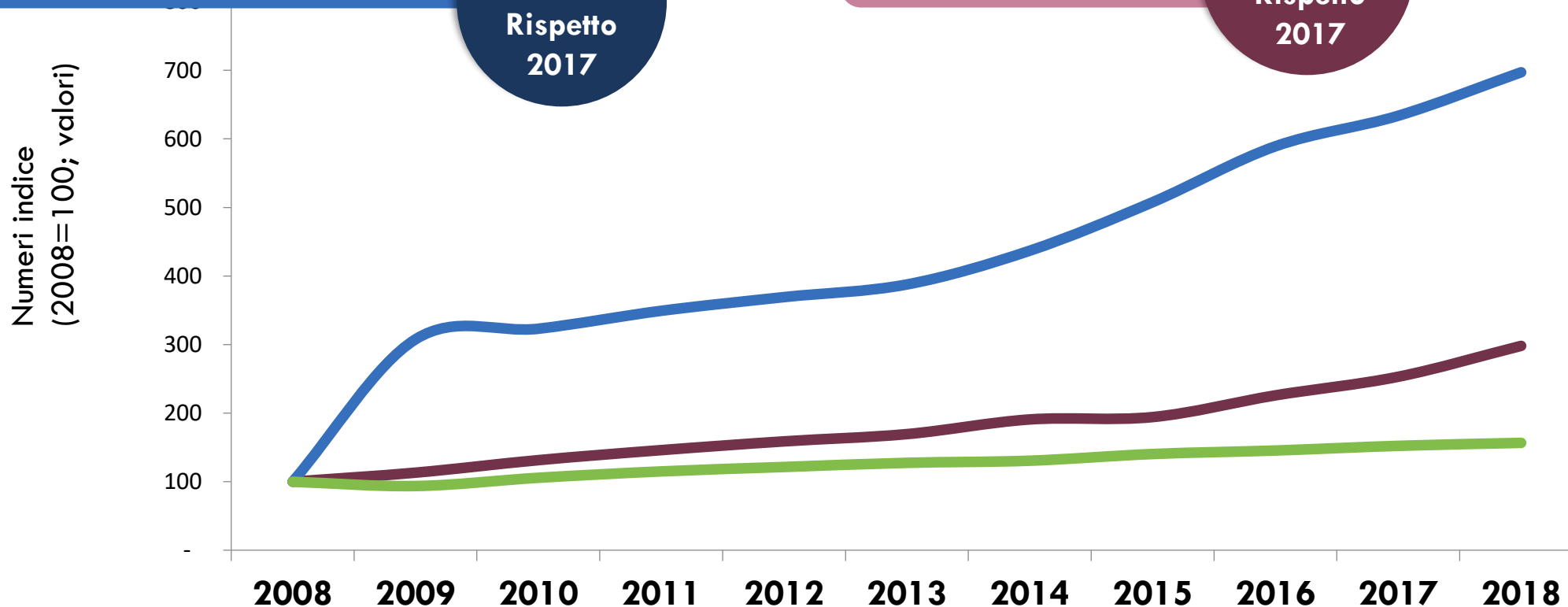
**+597%**  
Rispetto 2008

## MKT INTERNO BIO (tutti i canali)

**+178%**  
Rispetto 2008

## TOT EXPORT AGROALIMENTARE

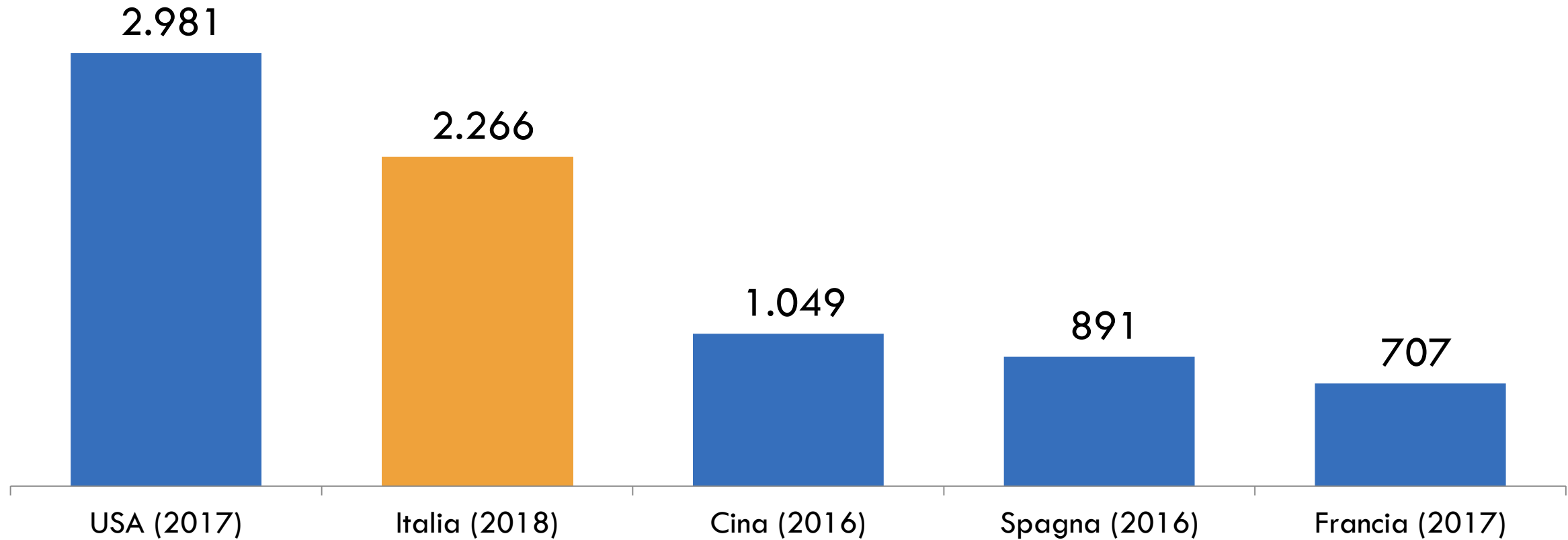
**+57%**  
Rispetto 2008



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

# TOP 5 PAESI ESPORTATORI BIO

Export bio (milioni €)

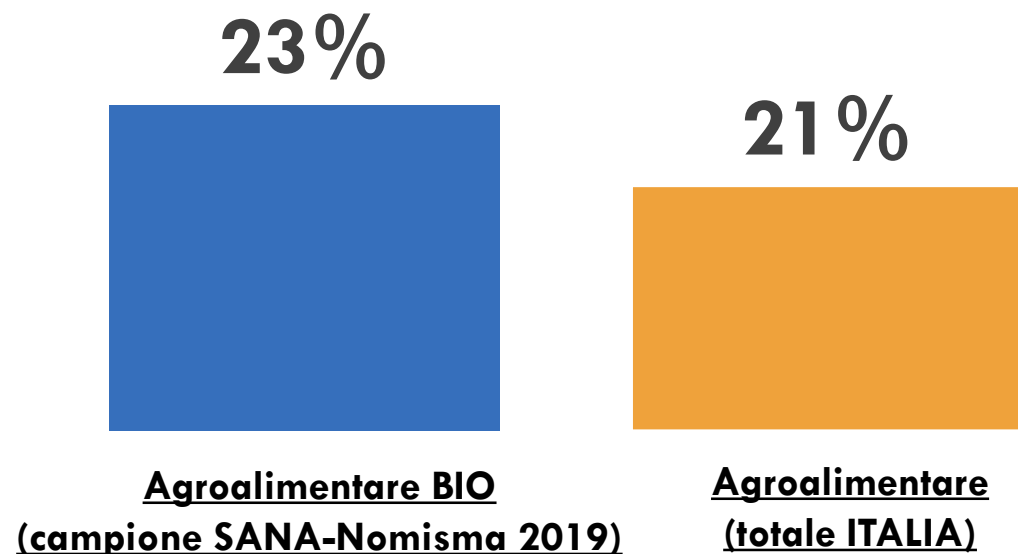


Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

## PROPENSIONE ALL'EXPORT DELLE IMPRESE

Export su fatturato totale - %

CONFRONTO CON IL COMPARTO AGROALIMENTARE ITALIANO



## INCIDENZA EXPORT BIO SU TOTALE EXPORT AGROALIMENTARE 2018

**5,5%**

## Var % 2018 SU 2017 EXPORT AGROALIMENTARE TOTALE

**+1,3%**

Export agroalimentare dall'Italia per principali prodotti (Mln €, 2018)

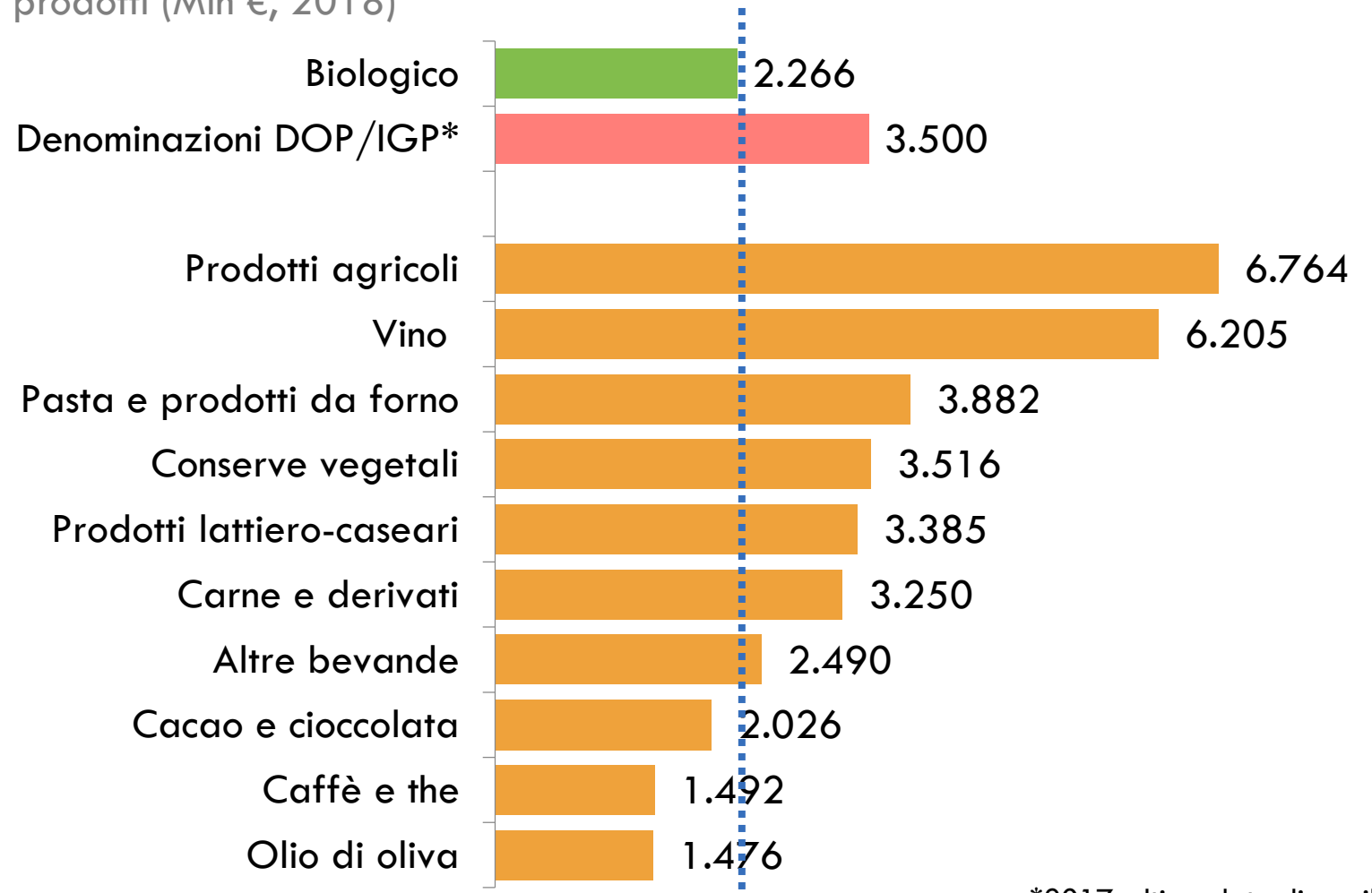
## EXPORT AGROALIMENTARE

MADE IN ITALY

2018

41

mld €

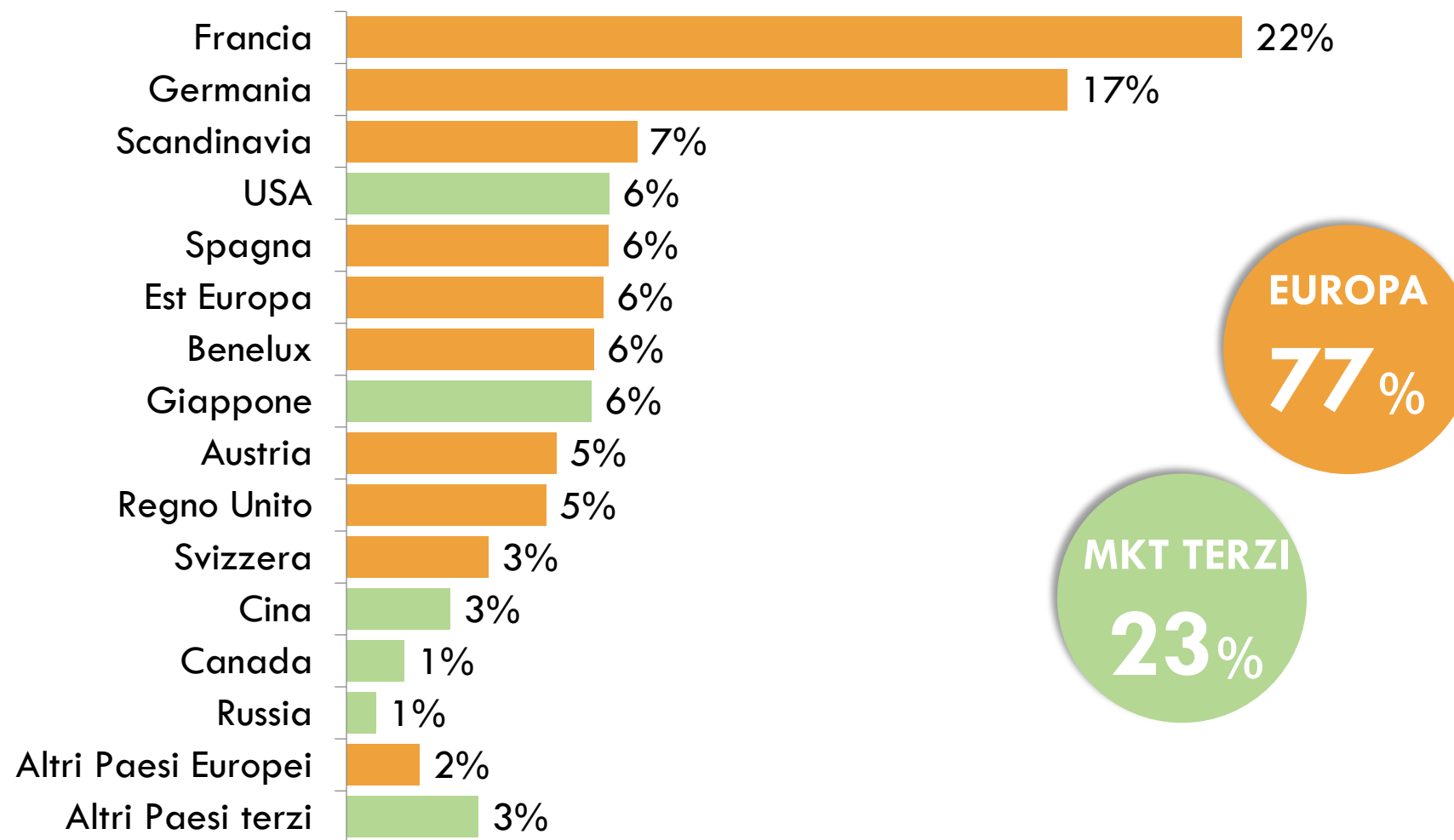


Fonte: Elaborazioni su dati ISTAT e Qualivita, stime Nomisma

\*2017, ultimo dato disponibile

# I MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO (2018)

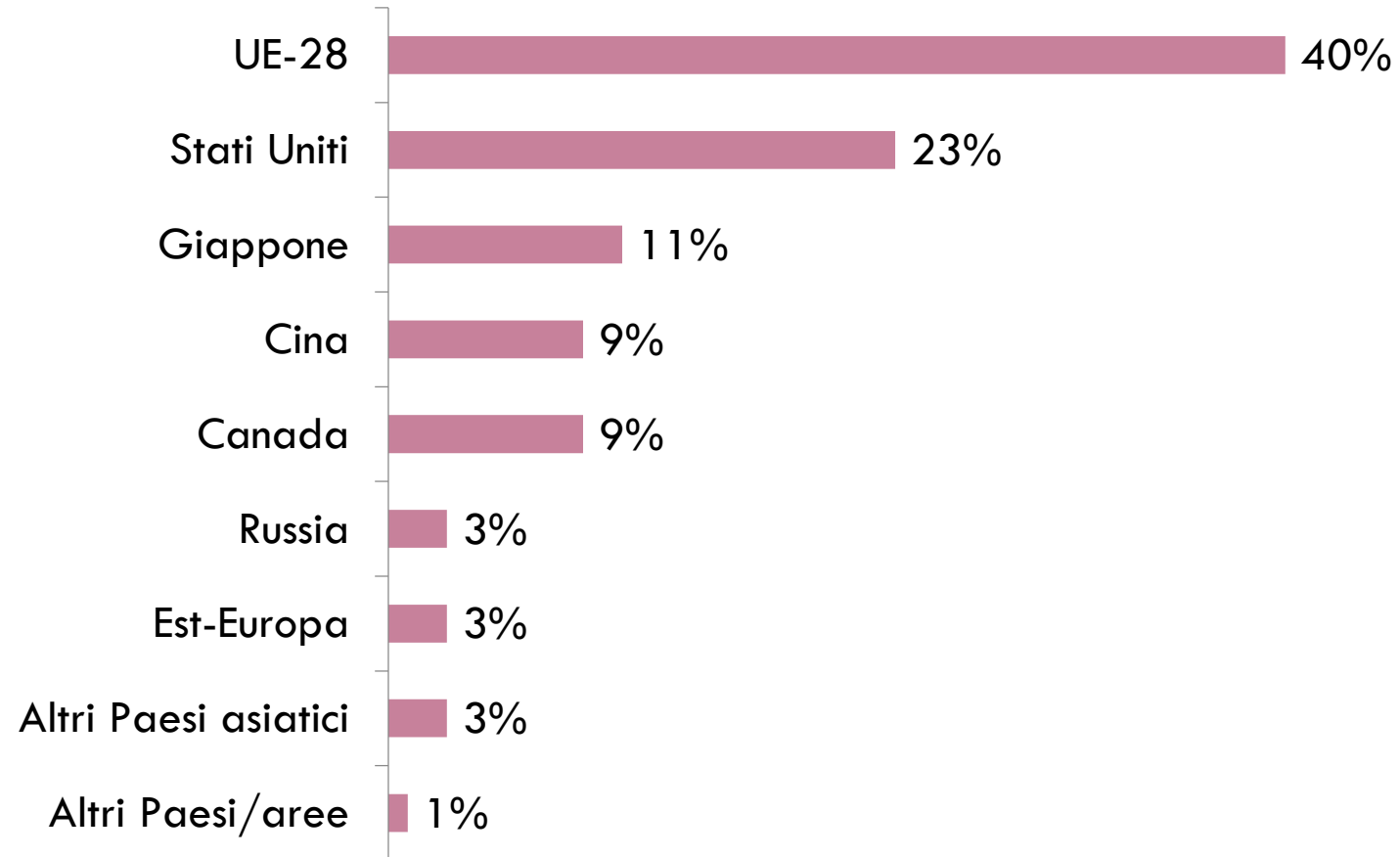
% Fatturato Export Agroalimentare BIO per paesi di destinazione



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019



Secondo Lei, quali saranno i mercati esteri più promettenti nel prossimo triennio per i prodotti agroalimentari biologici?



Prima risposta in  
ordine di  
importanza

**SOLO AZIENDE  
ESPORTATRICI**

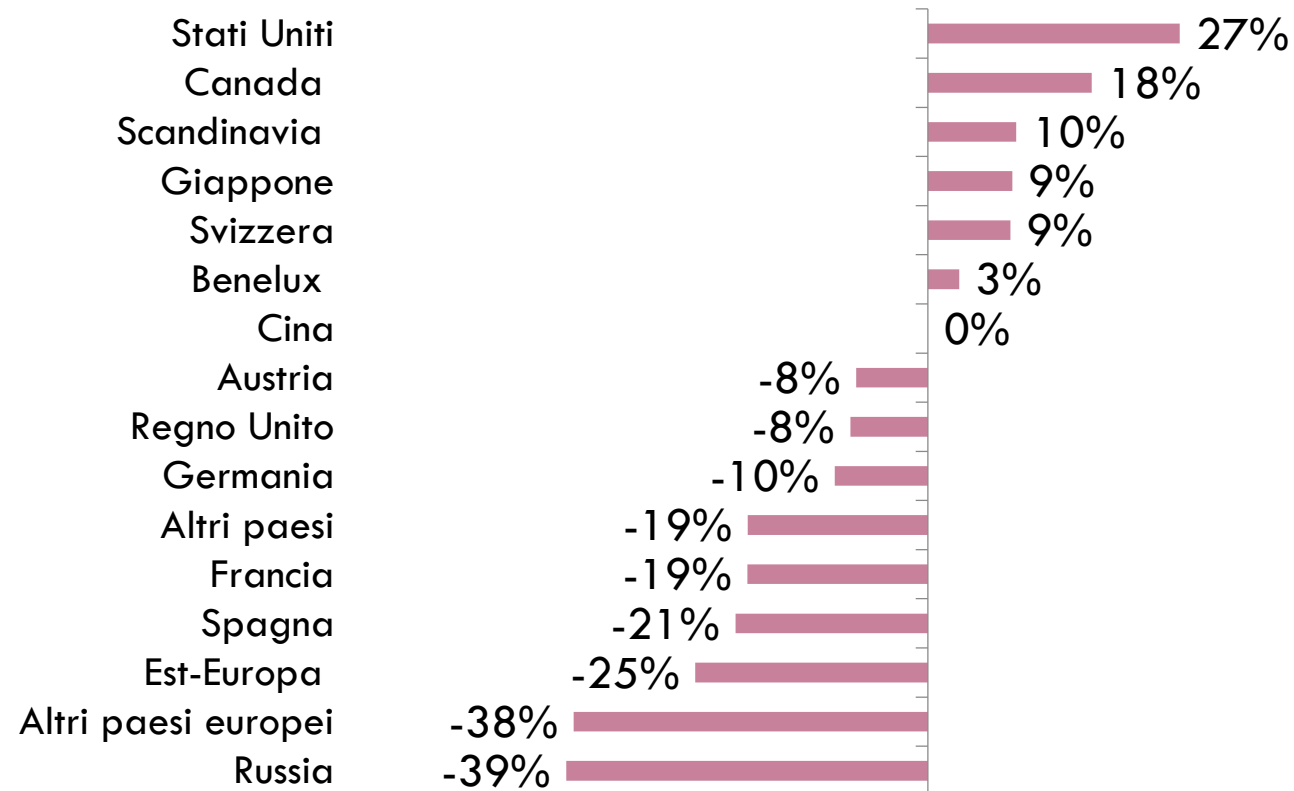


Sulla base dell'esperienza dell'azienda, con quale probabilità consiglierebbe a colleghi o aziende simili alla sua, di vendere prodotti agroalimentari a marchio biologico in ...

SOLO AZIENDE ESPORTATRICI

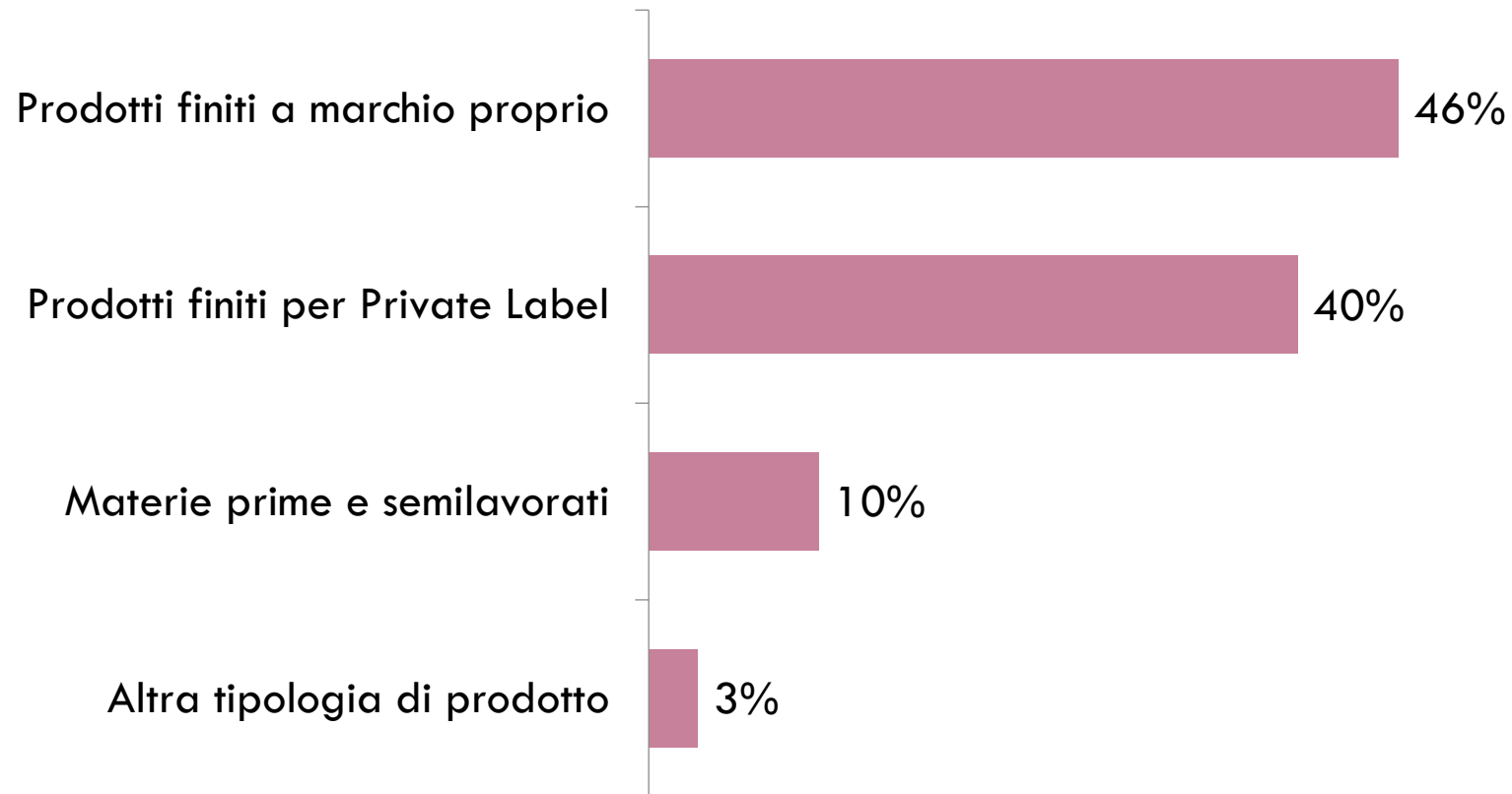
## Net Promoter Score

Saldo tra aziende che rispondono 9+10 e aziende che rispondono da 1 a 6



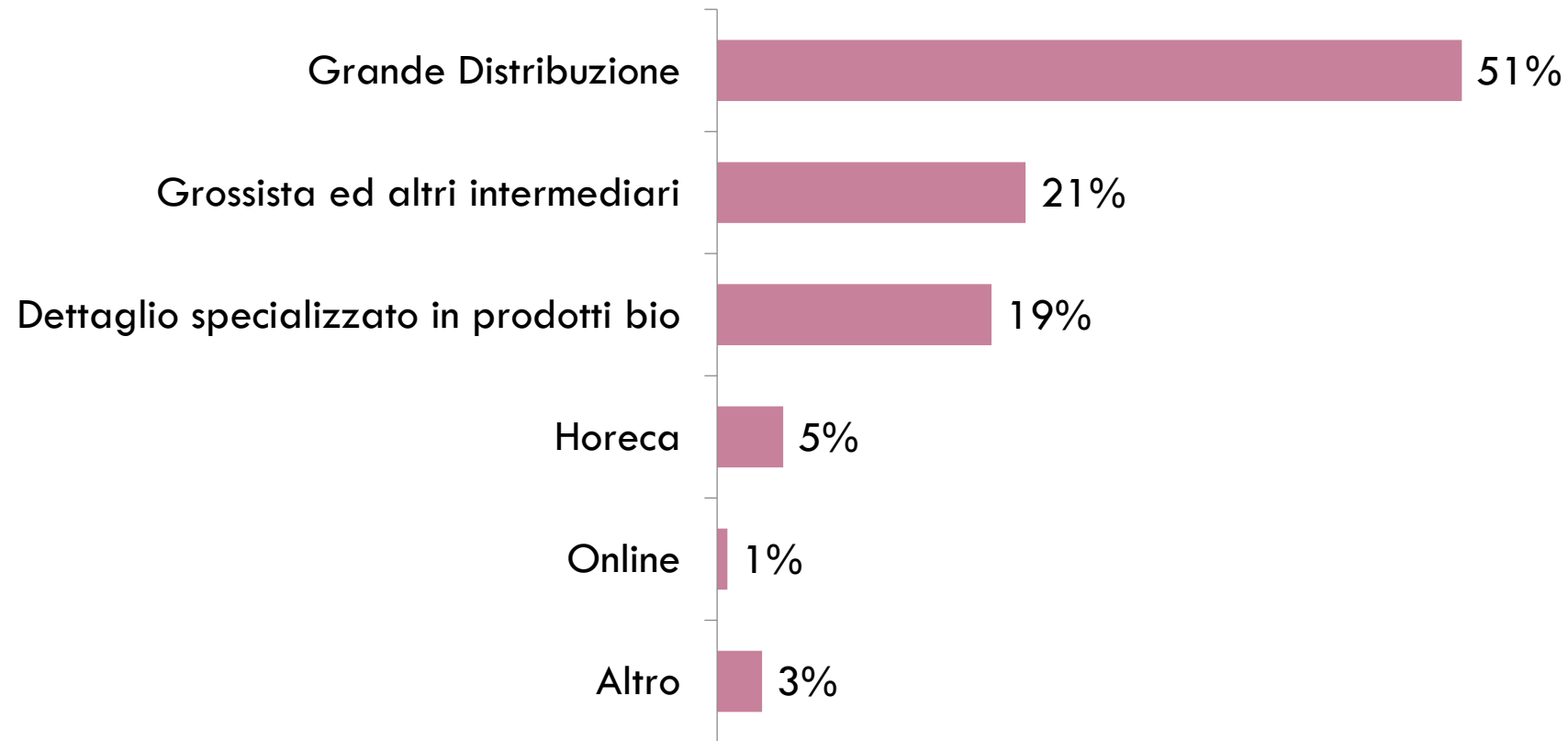
Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

% Fatturato Export Agroalimentare BIO per tipologia di prodotto



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

% Fatturato Export Agroalimentare BIO per canale di vendita



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

Quali sono le caratteristiche che decretano il successo sui MERCATI ESTERI dei prodotti agroalimentari italiani a marchio biologico?

## TOTALE CAMPIONE



Prima risposta in ordine di importanza

Da 1 a 10, con quale probabilità i prossimi 2-3 anni l'impresa venderà prodotti agroalimentari biologici all'estero?



### Net Promoter Score

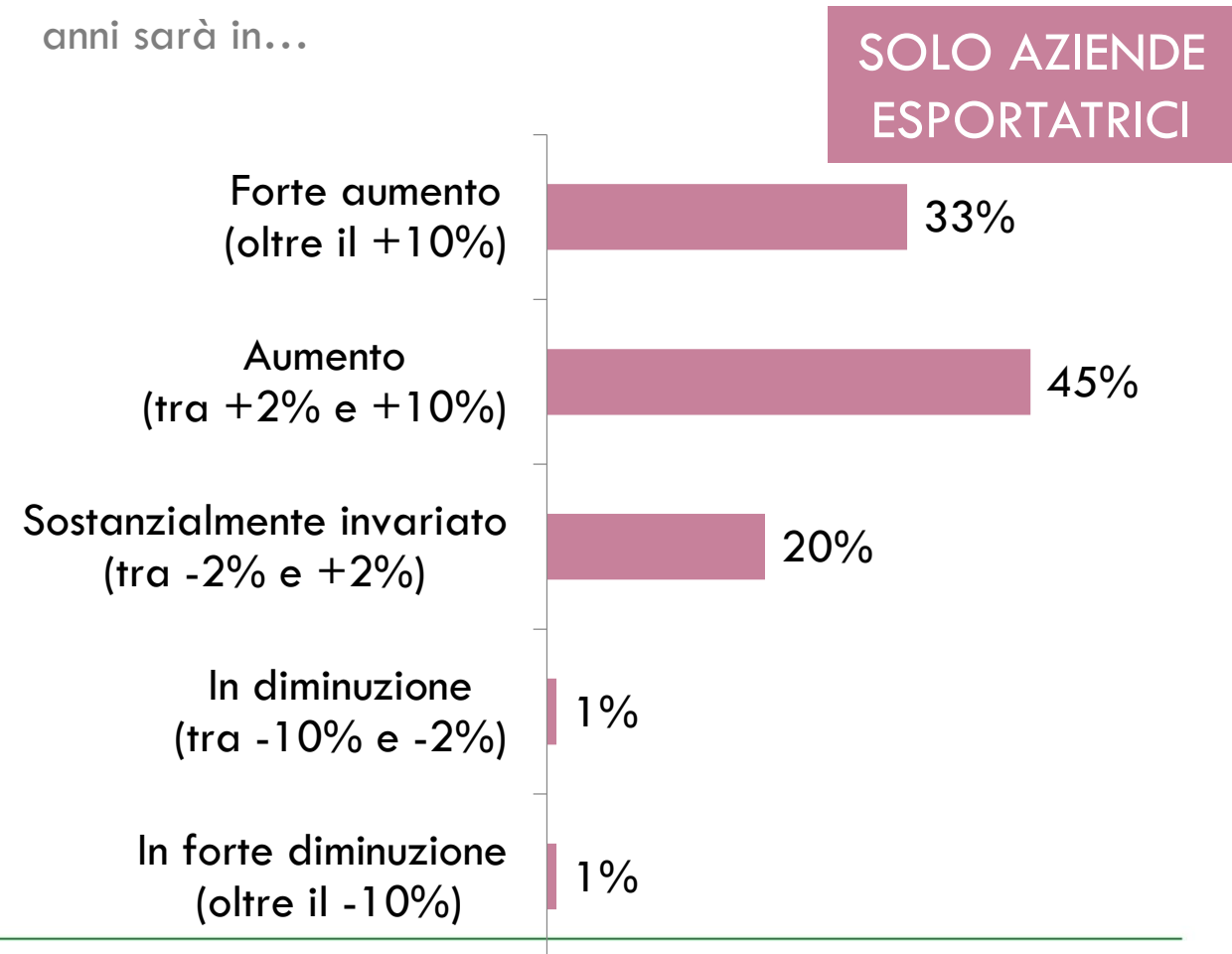
**50%** (68% tra esportatrici)

Saldo tra aziende che rispondono 9+10 e aziende che rispondono da 1 a 6

**8,5**

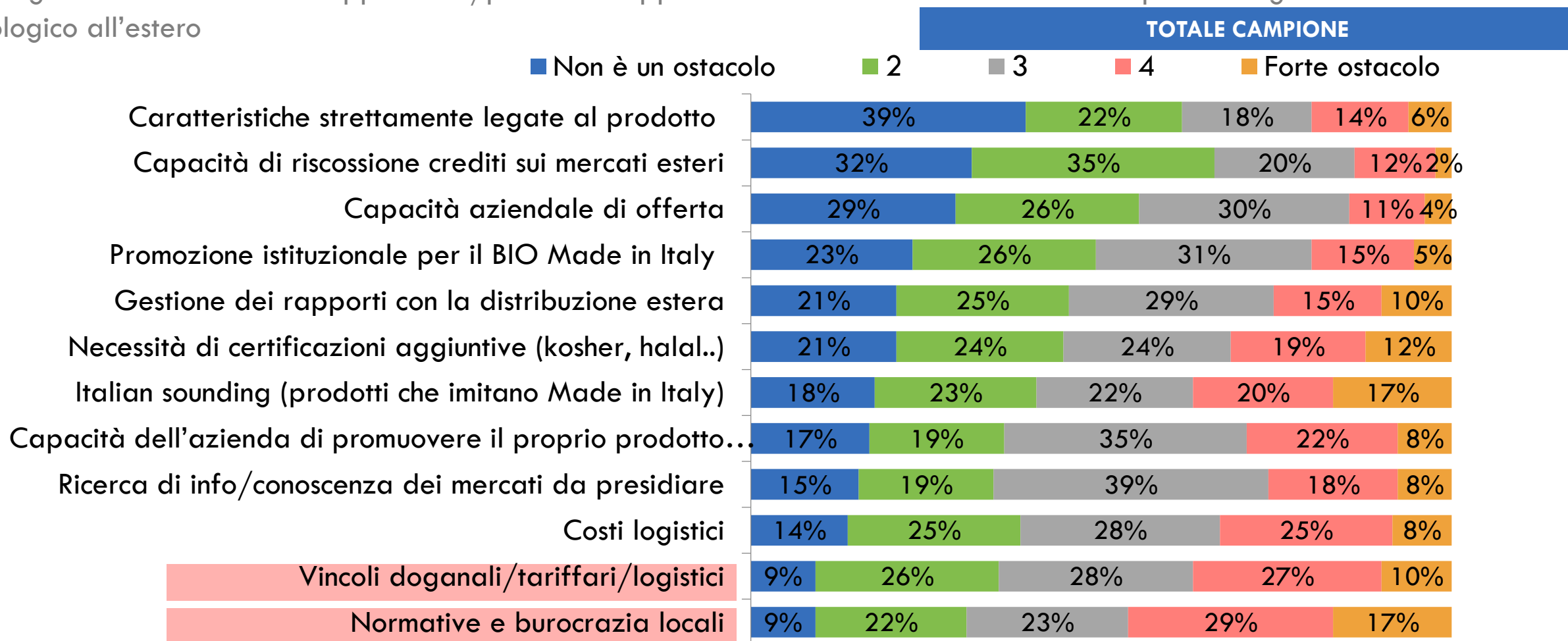
Valore medio calcolato su totale campione

Secondo Lei, il fatturato estero dell'azienda relativo ai soli prodotti agroalimentari a marchio biologico nei prossimi 3 anni sarà in...



# OSTACOLI DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI/1

Per ogni fattore indicare se rappresenta/potrebbe rappresentare un ostacolo alla vendita di prodotti agroalimentari a marchio biologico all'estero

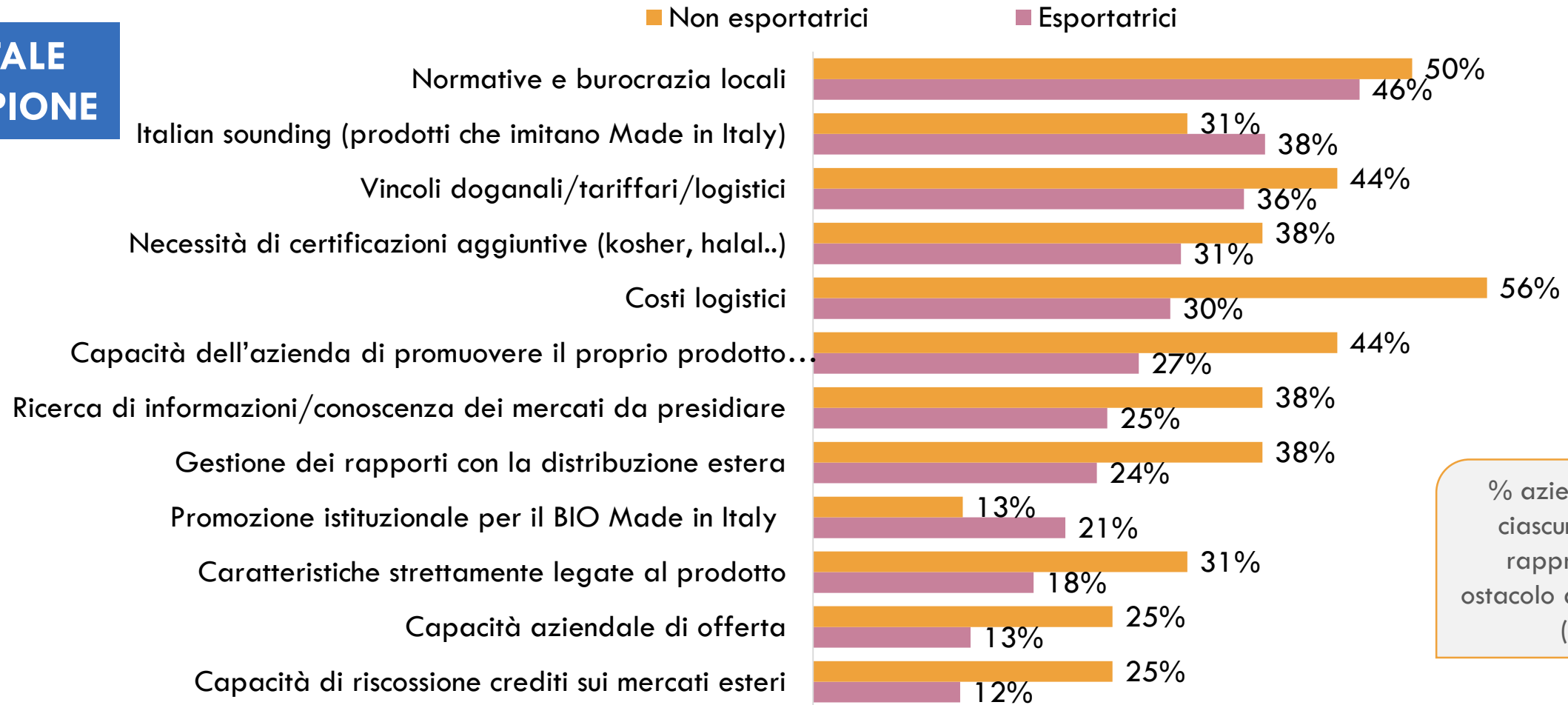


Fattori percepiti come ostacoli dal totale delle imprese

# OSTACOLI DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI/2

Ostacoli alla vendita di prodotti agroalimentari a marchio biologico all'estero

**TOTALE  
CAMPIONE**

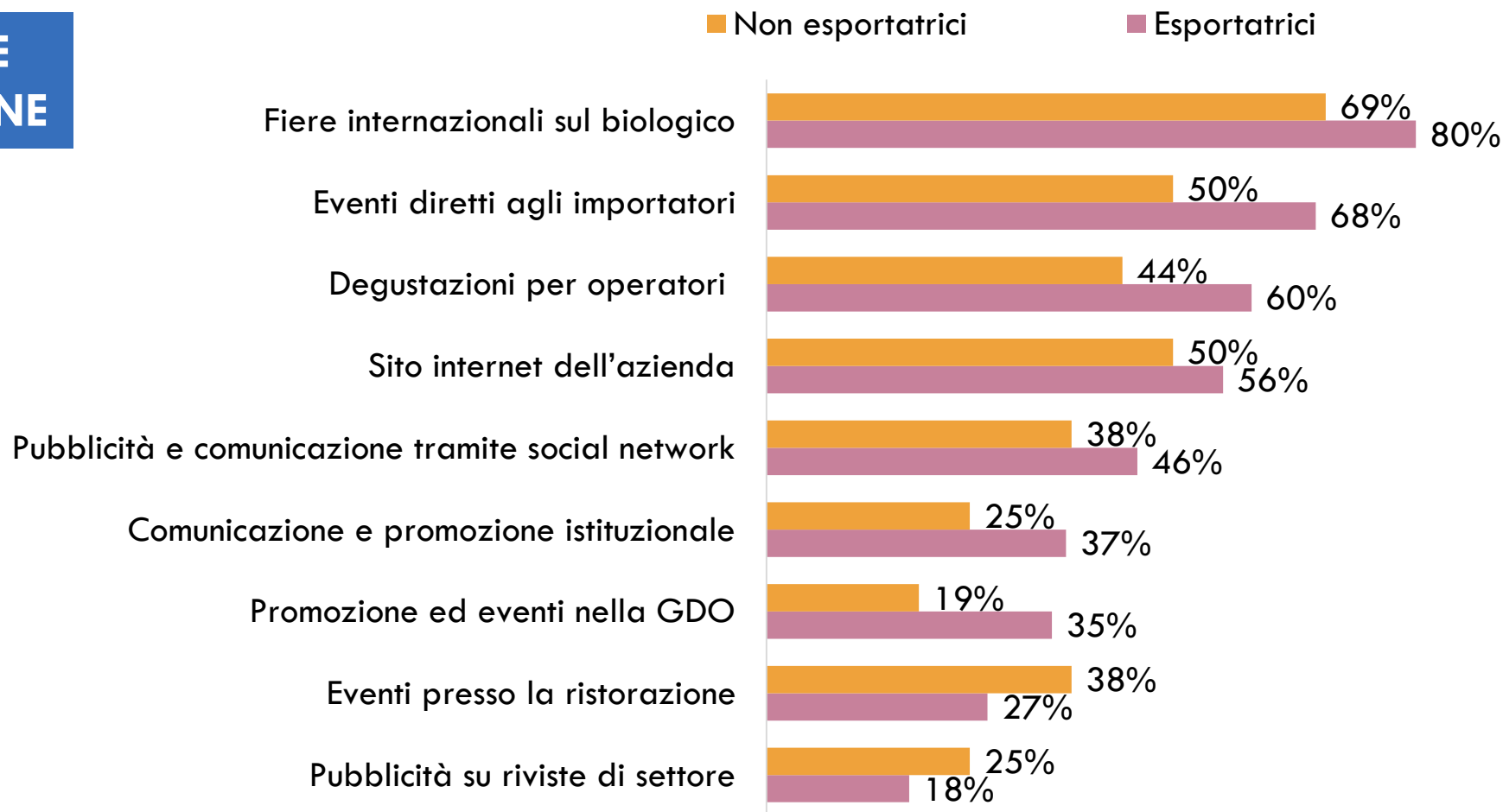


% aziende per cui  
ciascun elemento  
rappresenta un  
ostacolo all'export BIO  
(4+5)

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019

Quali strumenti reputa più utili per promuovere i prodotti biologici sui mercati esteri?

**TOTALE  
CAMPIONE**



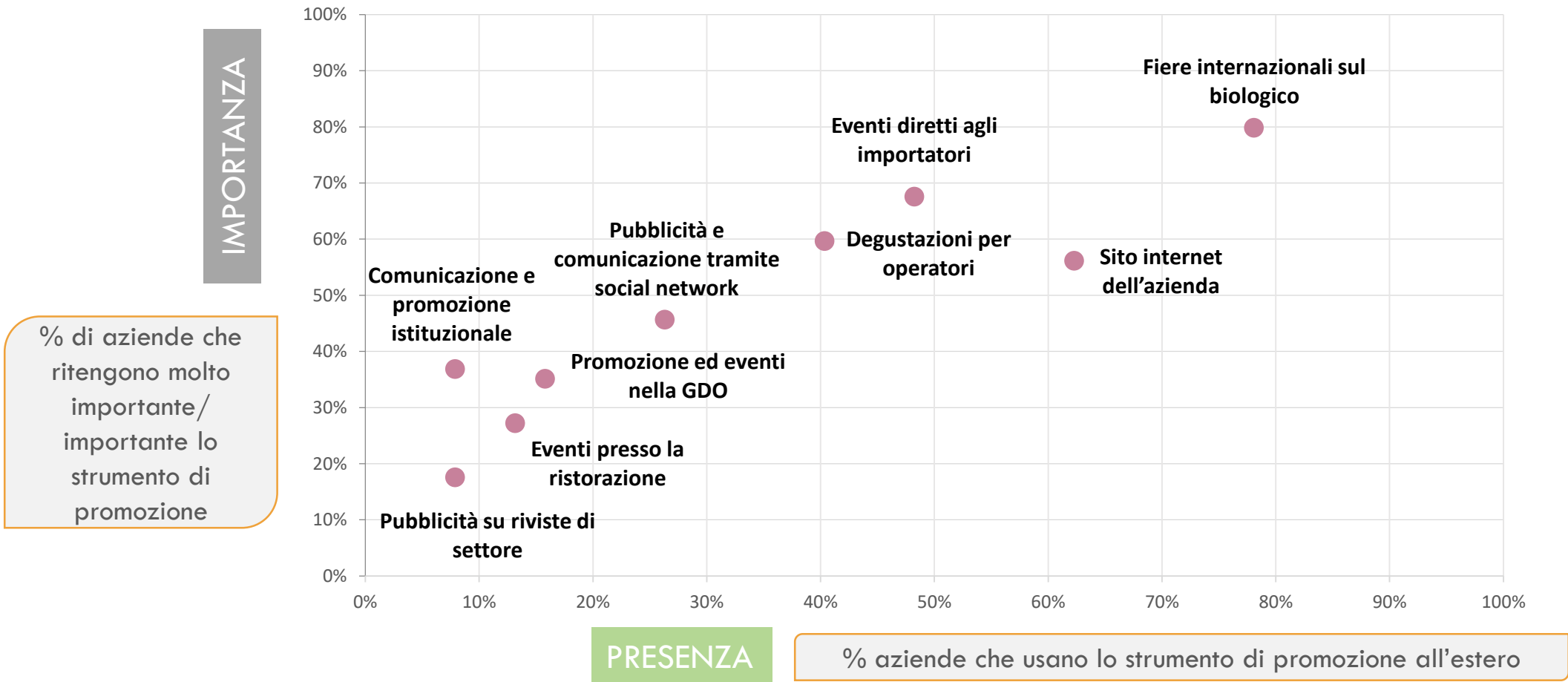
% aziende che giudicano Importante (4) o Molto Importante (5) ciascuno strumento di promozione

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019



# STRUMENTI DI PROMOZIONE/1

A quali strumenti fa ricorso e quali reputa più utili per promuovere i prodotti biologici della sua azienda sui mercati esteri?



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA, 2019



# FOCUS RUSSIA E GIAPPONE

Made in Italy bio nel mondo

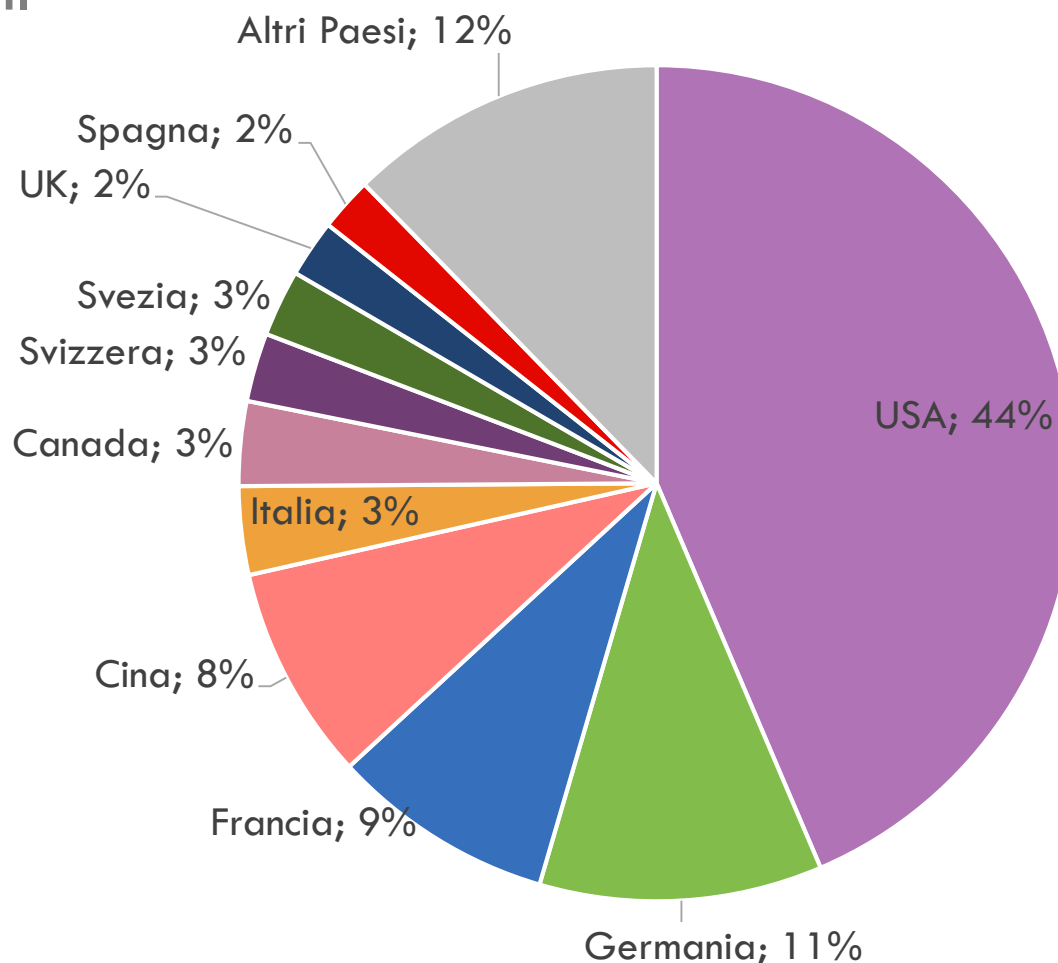


# BIO: MARKET SHARE PER PAESE 2017

Distribuzione vendite retail  
(valori, 2017)

MERCATO BIO (global)

92 mld €



GIAPPONE

1,4 mld €  
1,5%



RUSSIA\*

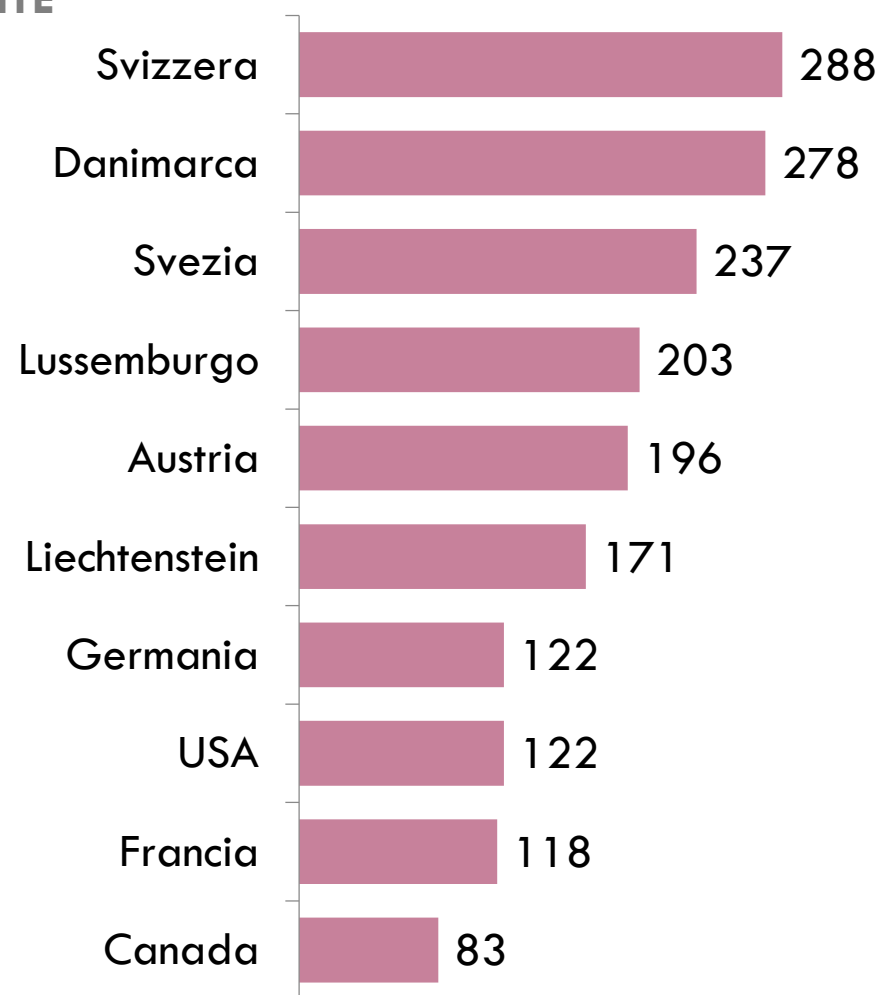
165 mln €  
0,2%

Fonte: Nomisma su FIBL

\*Dato riferito al 2015, ultimo aggiornamento World Food Moscow 2016

## TOP 10 PAESI PER CONSUMO PRO-CAPITE

(€ pro-capite, 2017)



**GIAPPONE**

11 €



**RUSSIA\***

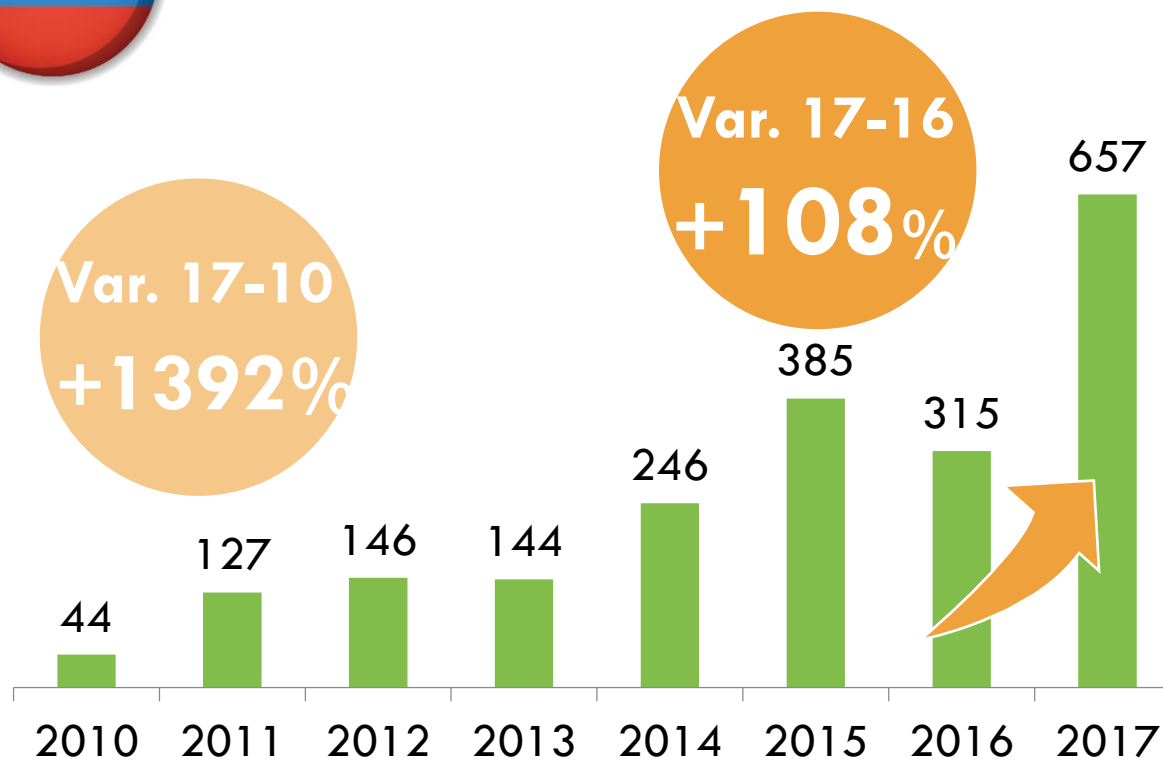
0,8 €

Fonte: Nomisma su dati FIBL 2019

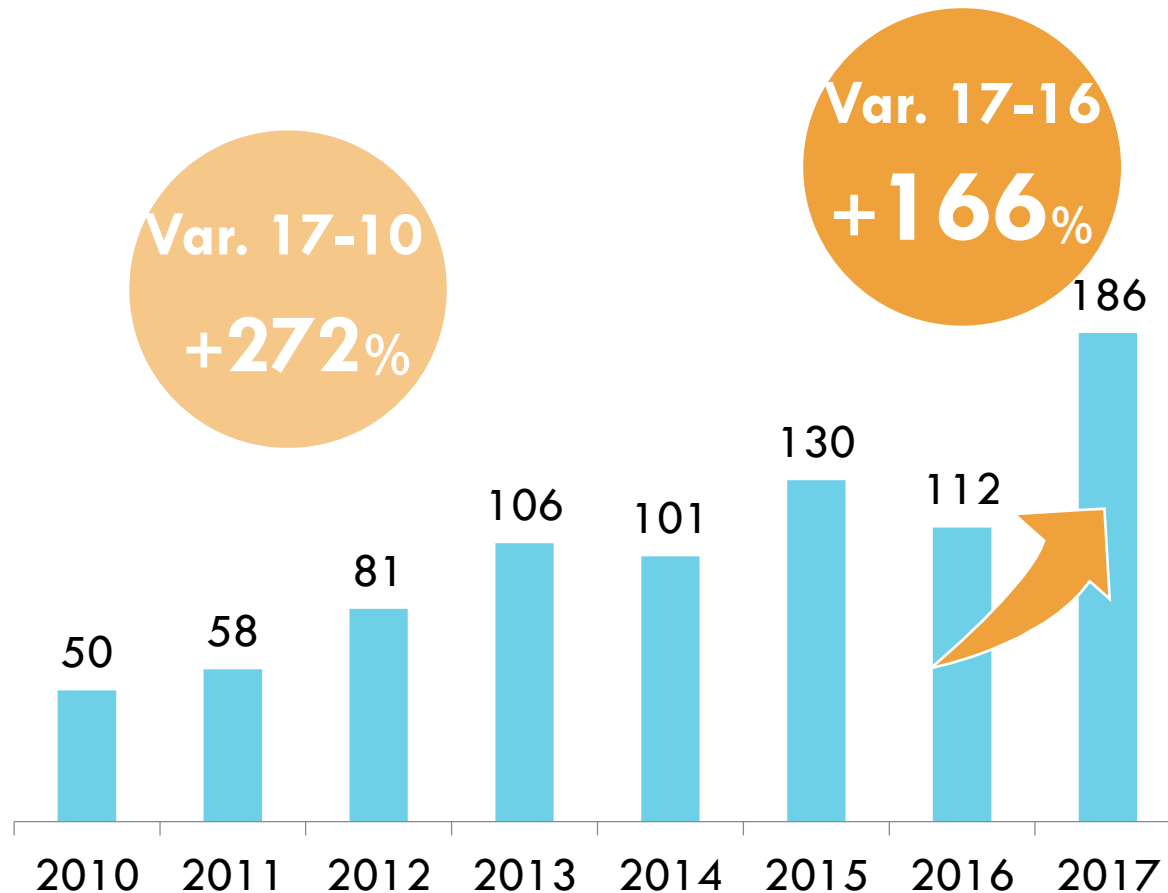
\*2012, ultimo dato disponibile



## SUPERFICI (.000 ha)



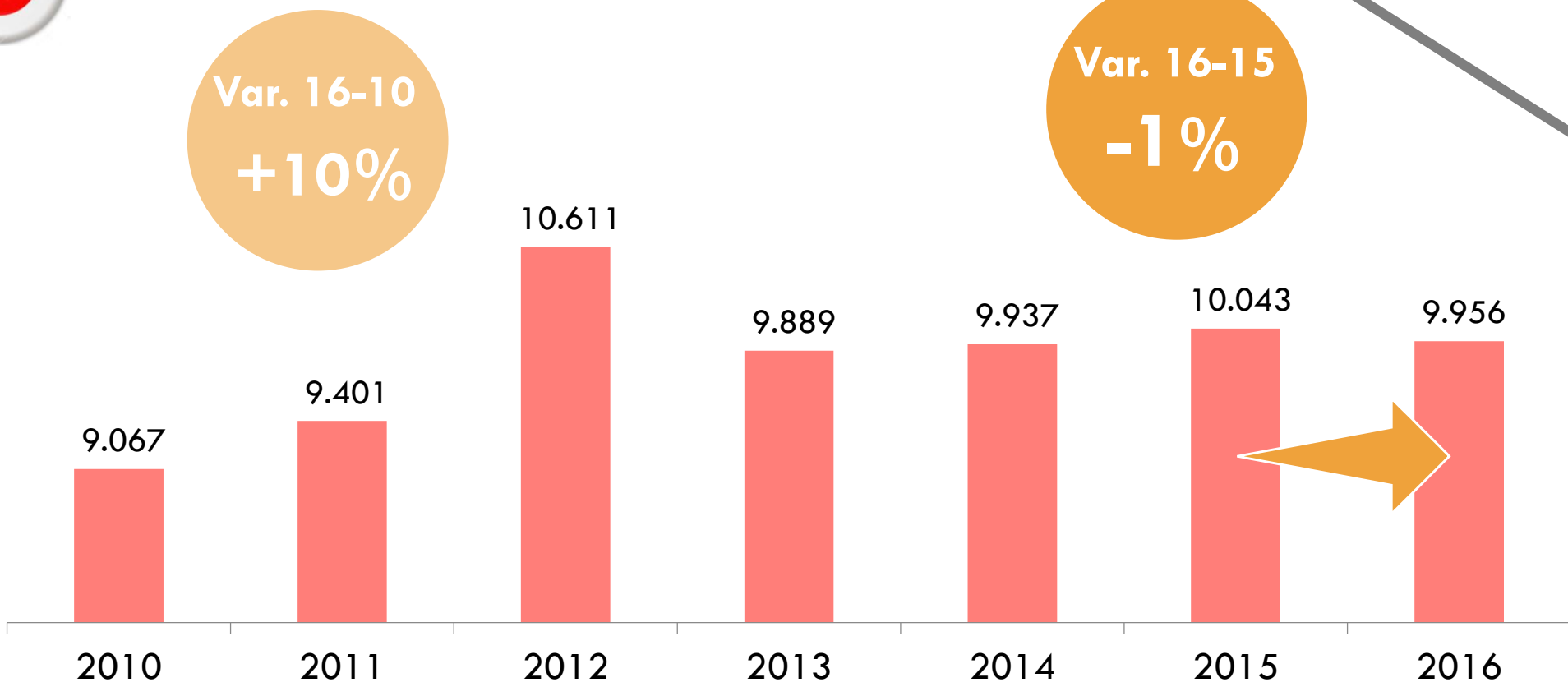
## NUMERO DI OPERATORI BIO



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati FIBL



## SUPERFICI (ha)



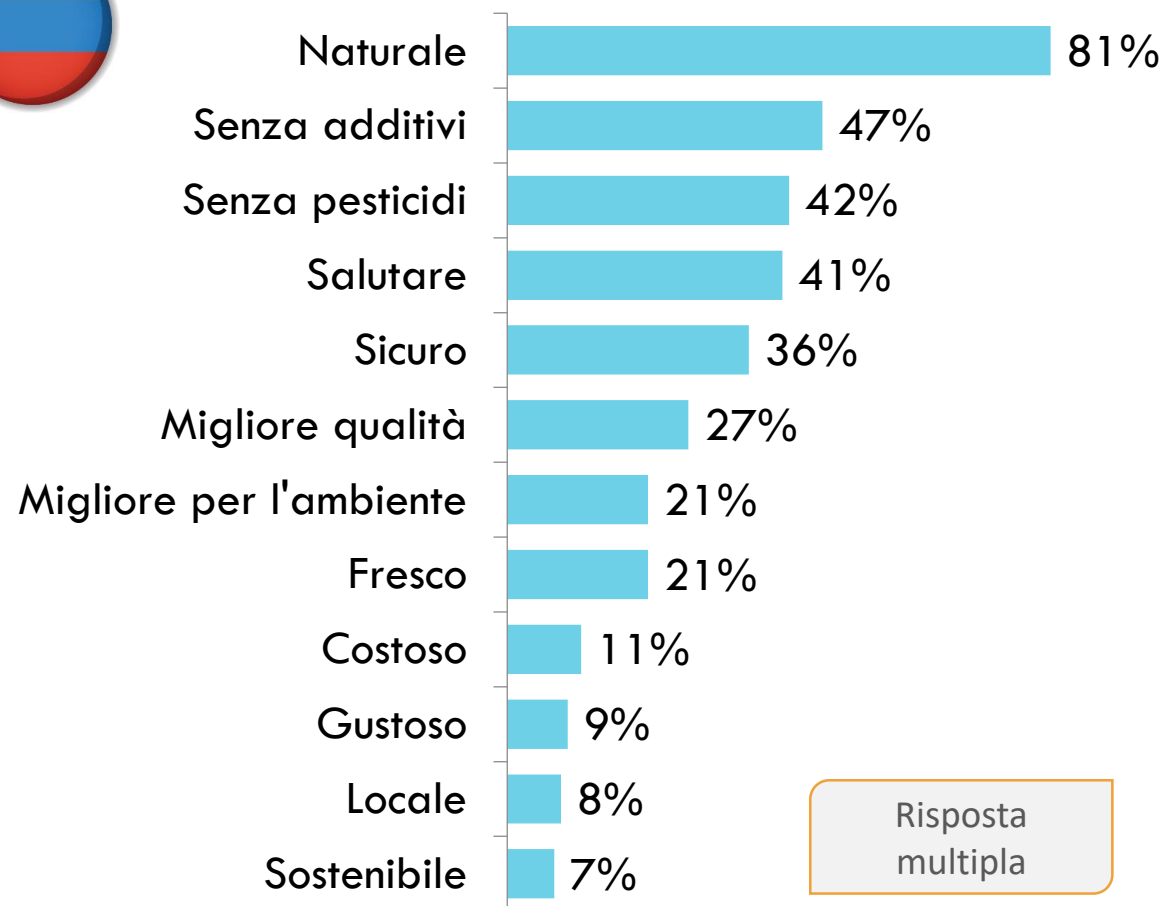
**4.128**  
OPERATORI BIO\*

Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati FIBL

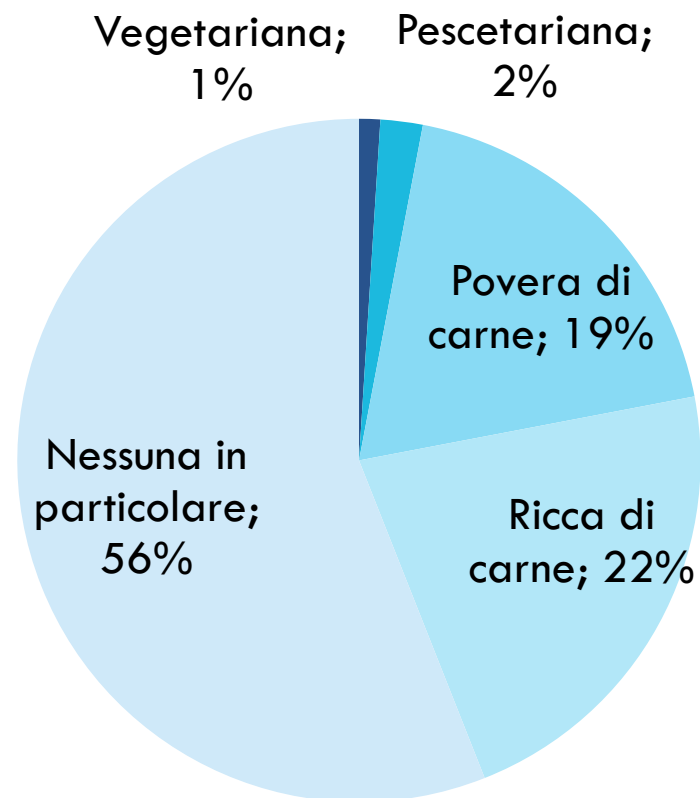
\*2012, ultimo dato disponibile



## Cosa significa per te il termine «organic»?



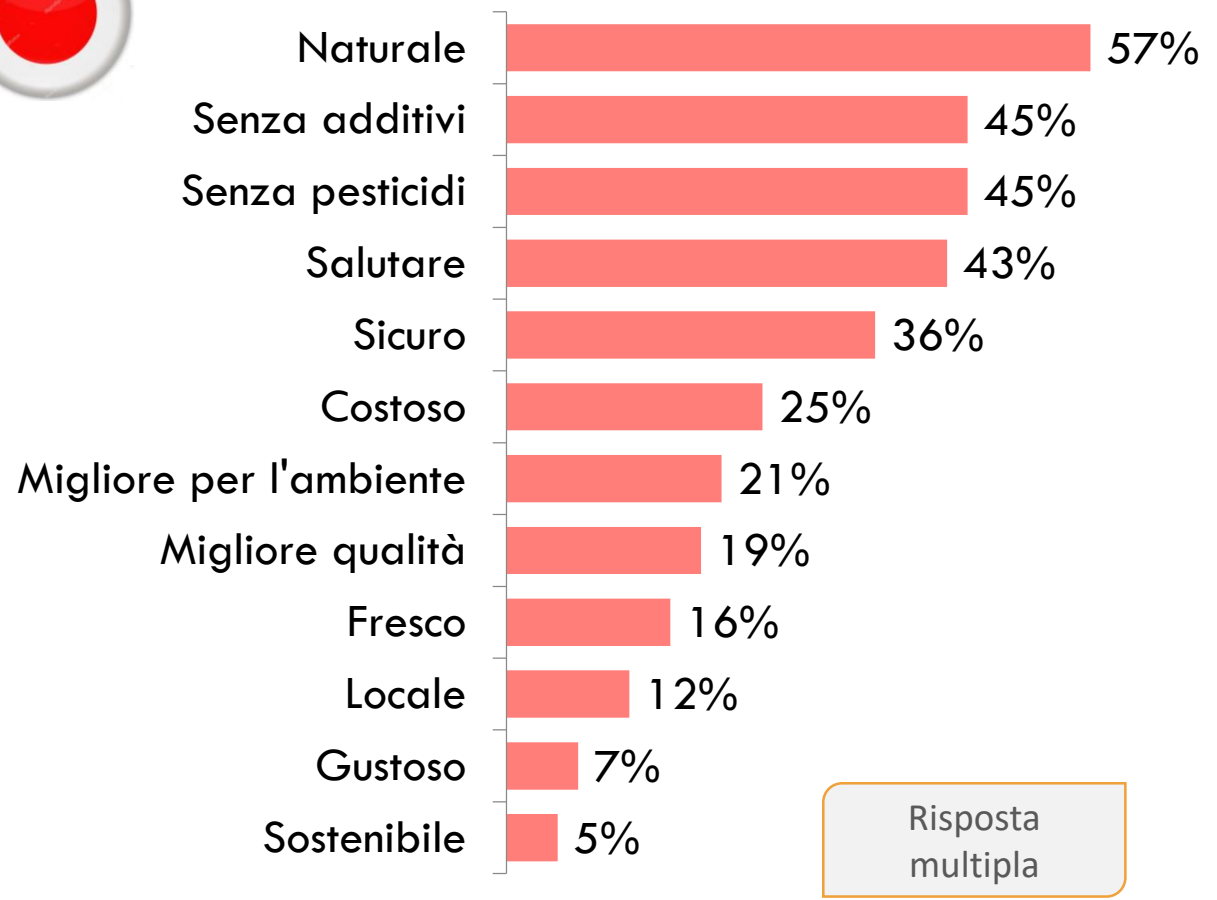
## Come descrivesti la tua dieta quotidiana?



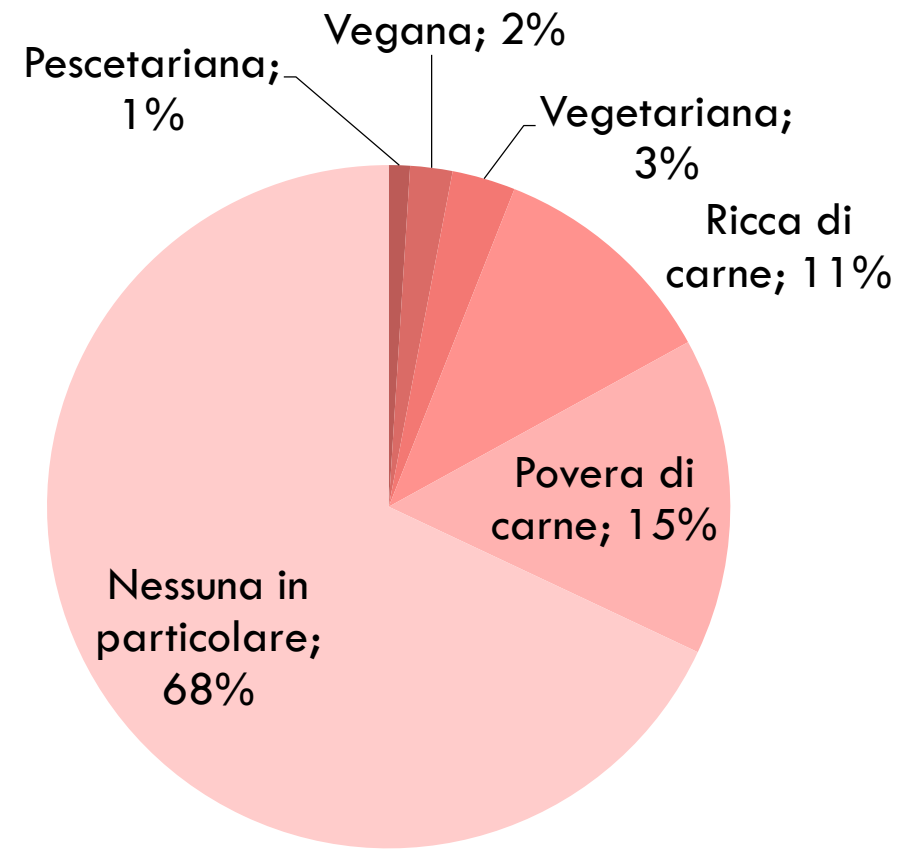
Fonte: Elaborazioni Nomisma su Global data Consumer Survey, 2017



## Cosa significa per te il termine «organic»?



## Come descrivesti la tua dieta quotidiana?



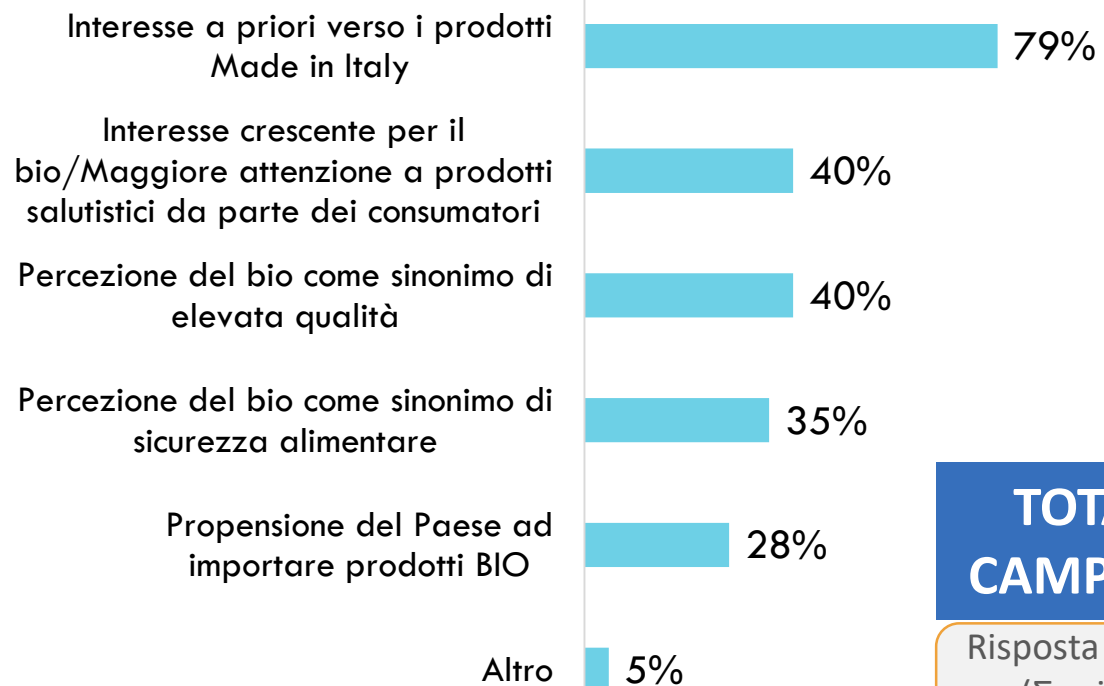
Fonte: Elaborazioni Nomisma su Global data Consumer Survey, 2017



Secondo lei, quali fattori possono decretare il successo nella vendita di prodotti agroalimentari italiani a marchio biologico nei 2 mercati?



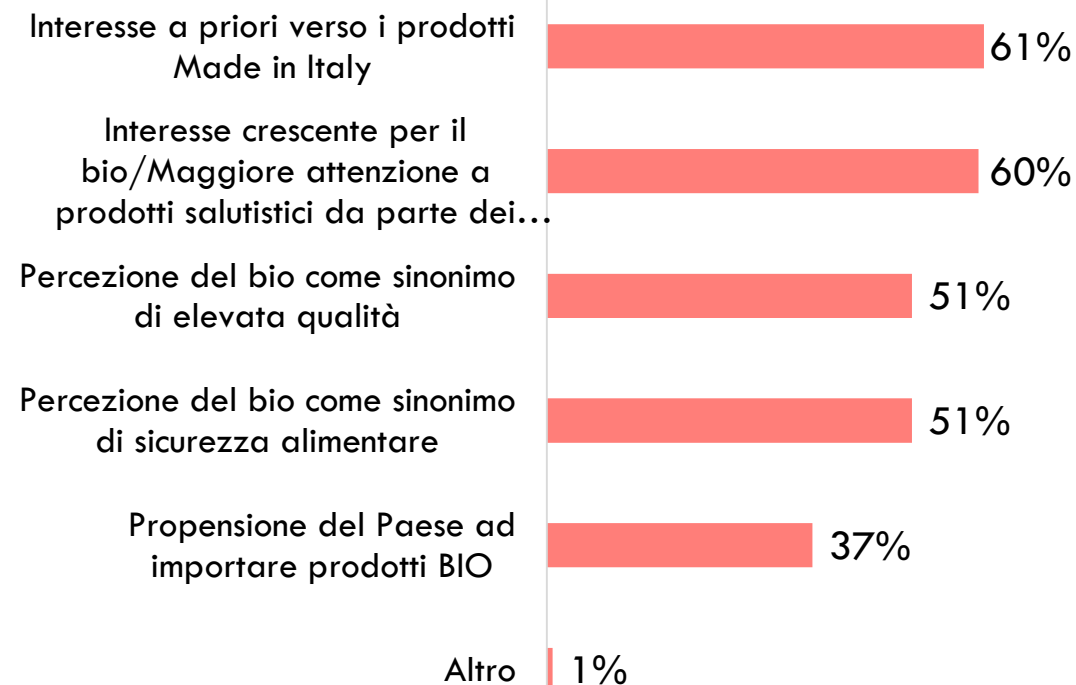
## RUSSIA



## TOTALE CAMPIONE

Risposta multipla  
( $\Sigma$  prime 3 risposte)

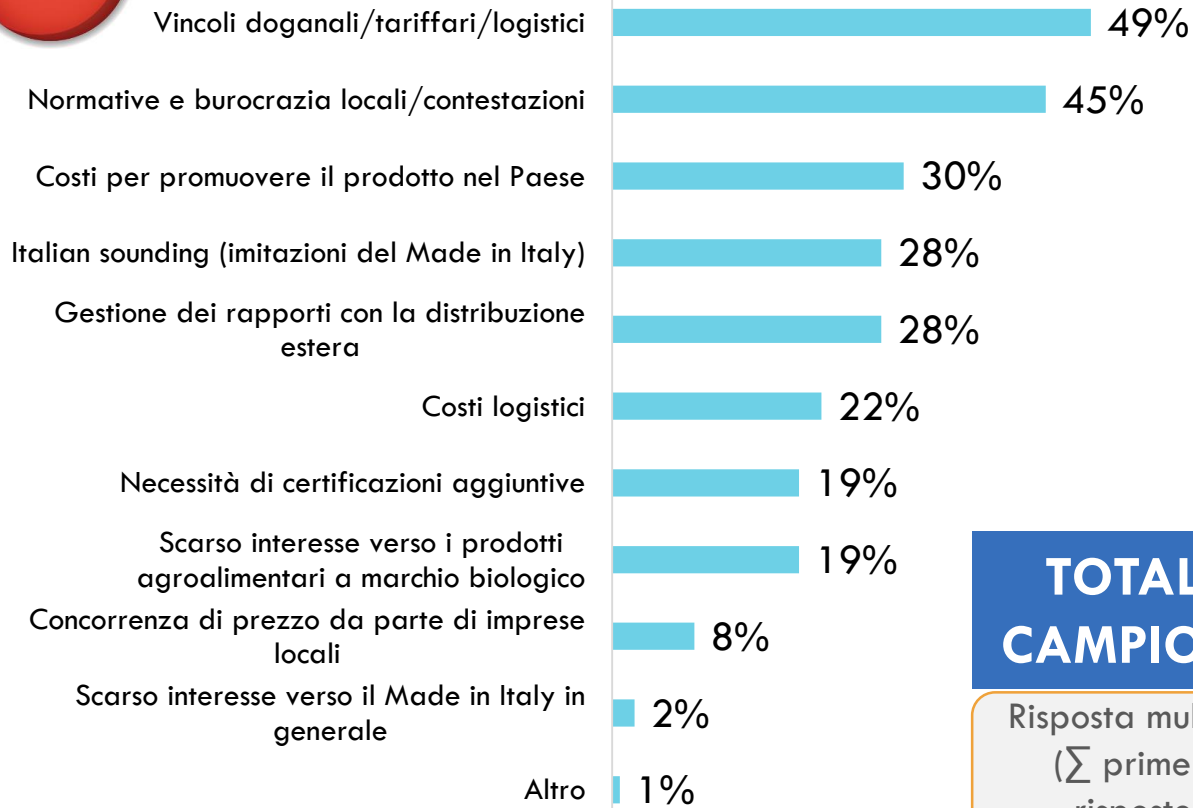
## GIAPPONE



Quali fattori rappresentano, invece, i principali ostacoli alla vendita di prodotti agroalimentari italiani a marchio biologico in Giappone o Russia?



## RUSSIA

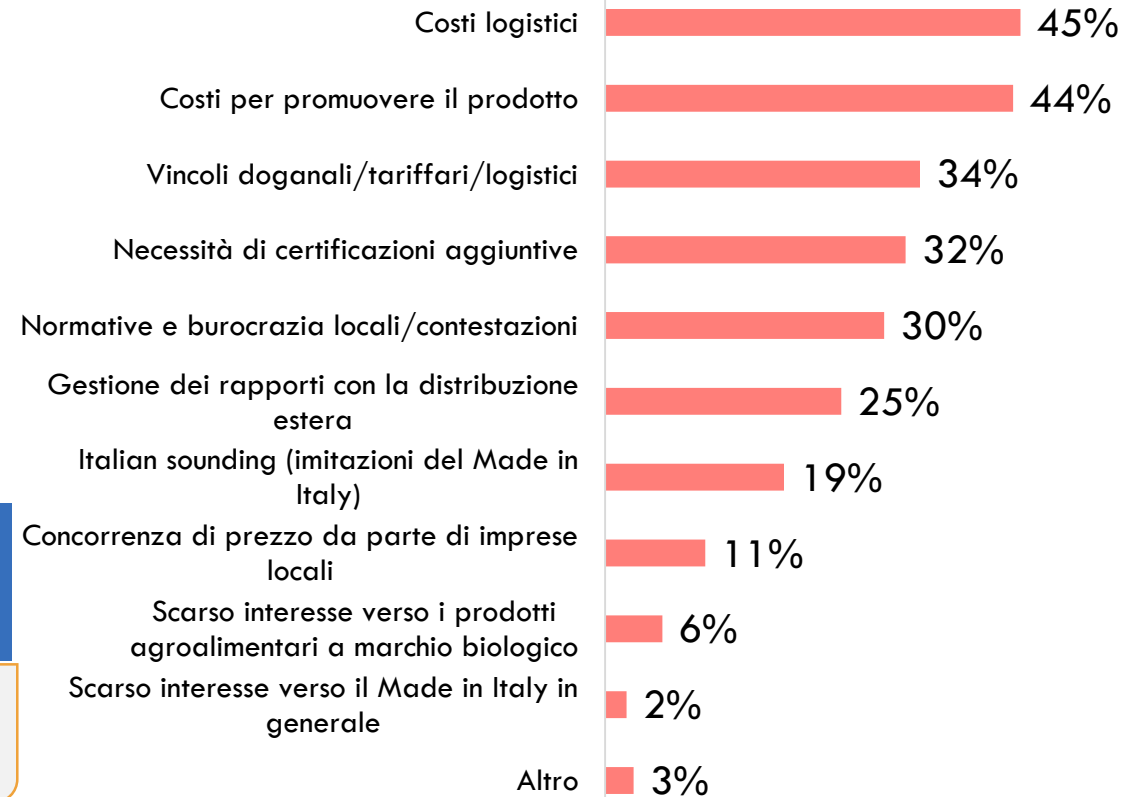


## TOTALE CAMPIONE

Risposta multipla  
( $\sum$  prime 3 risposte)



## GIAPPONE





Nomisma

Strada Maggiore, 44 | 40125

Bologna (Italy)

website: [www.nomisma.it](http://www.nomisma.it)



## CONTACT DETAILS

Gruppo di lavoro Nomisma per OSSERVATORIO SANA

**Silvia ZUCCONI**

RESPONSABILE MARKET INTELLIGENCE

✉ [silvia.zuconi@nomisma.it](mailto:silvia.zuconi@nomisma.it)

☎ 051 6483157 – 348 1404616

**Valentina QUAGLIETTI**

PROJECT MANAGER MARKET INTELLIGENCE

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

☎ 051 6483143

**Evita GANDINI**

PROJECT MANAGER AGRICOLTURA E INDUSTRIA ALIMENTARE

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

☎ 051 6483240