

OSSERVATORIO SANA 2018: TUTTI I DATI SULLE ABITUDINI D'ACQUISTO DI PRODOTTI BIO E SULLE STRATEGIE DEL CANALE SPECIALIZZATO

Presentati oggi i risultati della ricerca sull'agroalimentare biologico italiano, promossa da BolognaFiere con il patrocinio di FederBio e AssoBio e curata da Nomisma.

8 consumatori su 10 hanno acquistato bio nell'ultimo anno e il 42% è "frequent user". Tra le categorie più apprezzate spiccano frutta e verdura.

Anche la produzione agricola è in crescita: secondo i dati SINAB, le superfici coltivate in Italia hanno superato l'1,9 milioni di ettari, con una crescita del 6,3% rispetto al 2016.

"Tutti i numeri del Bio italiano: i driver del consumatore e le novità del canale specializzato": questo il titolo dell'**OSSERVATORIO SANA 2018**, l'approfondimento sui temi di maggiore attualità per il comparto, presentato in Fiera a Bologna in occasione della giornata inaugurale di **SANA - 30° Salone internazionale del biologico e del naturale**.

Nomisma ha realizzato l'indagine - promossa da **BolognaFiere** con il patrocinio di **FederBio** e **AssoBio** - su un campione di 200 punti vendita per la sezione dedicata al canale retail e di 800 famiglie per l'analisi su abitudini e motivazioni di acquisto.

Il consumatore: identikit dell'user bio

Il biologico è sempre più presente nelle case degli italiani: sono infatti **8 su 10 i consumatori** che hanno acquistato prodotti bio nell'ultimo anno. E il **42% di loro è "frequent user"**, ovvero sceglie di comprare biologico ogni settimana. Una scelta consapevole e informata: stando alla ricerca, quasi 1 italiano su 2 predilige i prodotti biologici perché li ritiene "esattamente quelli che voglio". Per il 52% degli intervistati la scelta è dettata da ragioni salutistiche, ma non mancano quelli che mettono al primo posto la garanzia di sicurezza e qualità offerta da questo genere di merci (47%) e quelli che scelgono il bio perché ritenuto più rispettoso dell'ambiente (26%).

Tra le categorie più acquistate spiccano frutta e verdura (scelte dal 61% dei consumatori), seguite da latte e derivati (57%) e uova (53%). E se il 44% degli user bio acquista i prodotti in GDO, il 19% continua a prediligere il canale specializzato, soprattutto guidato dall'offerta disponibile (24%) e da una maggiore fiducia nei prodotti venduti (19%).

La "consumer survey" delinea una domanda di prodotti biologici in crescita, come confermato dai dati aggregati sulle vendite, salite a quota 5.612 milioni di euro (+8% rispetto al 2016), 3.552 milioni dei quali riconducibili al solo mercato domestico (+8%, var % 2017 vs 2016).

I punti vendita specializzati: i numeri e la proposta merceologica

Con 1.437 unità raggiunte nel 2017, i negozi specializzati sono il 13% in più rispetto al 2013 e il 111% in più rispetto al 1993 (fonte: BIOBANK). Di questi, il 60% è concentrato nel nord Italia e il 45% ha aperto nell'ultimo decennio.

Sul fronte dell'assortimento merceologico, la survey ha evidenziato come la maggior parte dei punti vendita proponga anche prodotti non-food: in particolare, l'81% espone prodotti naturali e certificati biologici per l'igiene della persona, il 76% offre cosmetici e prodotti erboristici (63%). Anche i prodotti per la cura della casa sono molto ricercati, trovando spazio nel 73% dei negozi.

Complessivamente, un punto vendita specializzato offre **circa 2.000 referenze**, composte per il 79% da prodotti alimentari confezionati, con la macro-categoria pasta, riso, farine, prodotti da forno indicata dal 77% degli esercizi come quella le cui referenze sono aumentate maggiormente negli ultimi 2-3 anni.

Il 34% dei negozi ha indicato come principale criterio nella scelta dei prodotti la volontà di **differenziare la propria offerta** da quella della GDO e il 24% ha sottolineato l'importanza di **inserire a scaffale novità** in grado di attirare l'attenzione del consumatore. È stato inoltre indicato come fondamentale per il successo di un prodotto dal 40% dei punti vendita il **packaging ecologico**.

Tra i prodotti che maggiormente incontrano l'interesse dei clienti, spiccano quelli definiti da **proprietà benefiche per la salute** (come segnalato dal 34% dei punti vendita) e l'attributo **"vegan"** (36%).

Il rapporto tra punti vendita e cliente

La survey di Nomisma ha identificato anche la **clientela-tipo dei punti vendita specializzati**: donna (genere prevalente per il 79% degli intervistati), di un'età compresa tra i 35 e i 45 anni (50%), con figli di meno di 12 anni (43%), di reddito medio-alto (78%) ed *heavy-user* bio (la cui spesa alimentare, cioè, è composta dall'80% al 100% da cibi biologici), che sceglie i prodotti in base a un particolare stile di vita (free from/veg/light) e che sviluppa un rapporto di fiducia con il proprio rivenditore, visitando il punto vendita almeno una volta a settimana.

Un rapporto di fiducia creato e rafforzato anche dalle iniziative dei gestori e dei titolari, che oltre a curare l'ambiente del negozio, dedicano alla clientela un'ampia gamma di servizi aggiuntivi, come carte fedeltà, eventi speciali e la presenza di addetti esperti e formati sulla materia, per citare i 3 servizi più diffusi e ritenuti più importanti dai partecipanti all'indagine.

I dati SINAB

Presentati oggi anche i dati **SINAB - Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica**, progetto del MiPAAFT gestito da ISMEA e CIHEAM.

Nel 2017 le superfici coltivate in Italia hanno superato l'**1,9 milioni di ettari**, con una crescita del **6,3%** rispetto al 2016. In termini assoluti, nell'ultimo anno, sono stati coltivati con metodo biologico oltre **110 mila ettari in più**.

Ottimi i dati in arrivo dalla Sicilia (427.294 ettari), dalla Puglia (252.341 ettari) e dalla Calabria (202.119 ettari), che insieme detengono il 46% delle superfici coltivate a biologico.

L'Emilia-Romagna si posiziona tra le prime cinque Regioni con 134.509 ettari totali, mentre la Lombardia è la Regione che cresce di più (+21,4%): dati che indicano come la produzione vegetale biologica interessi sempre di più l'intero territorio nazionale.

A fine 2017 il biologico è arrivato a interessare il **15,4 % della SAU italiana**, in crescita di un punto percentuale rispetto al 2016. Le aziende inserite nel sistema di certificazione per l'agricoltura biologica sono quasi **76.000**, con un incremento del **5,2%**.

Sito web

www.sana.it

Canali social

Facebook.com/sanabologna – Twitter.com/sanafiera
Youtube.com/BolognaFiere – Instagram.com/Sana_fiera

Ufficio Stampa SANA

Absolut eventi&comunicazione
Mariagrazia Lioce - Sara Telaro
ufficiostampa@absolutgroup.it
tel. 051 272523 - 340 9214636

Product Communication and Event Manager

Isabella Bonvicini
Isabella.bonvicini@bolognafiere.it
tel. 051 282920 – 335 7995370

Ufficio stampa BolognaFiere

Gregory Picco
gregory.picco@bolognafiere.it
tel. 051 282862 - 334 6012743



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 106.780.000,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza Costituzione, 6 - 40128 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111
Fax +39 051 6374031
sana@bolognafiere.it
www.sana.it