

Anticipazioni «BIO IN CIFRE 2019»

I consumi degli italiani

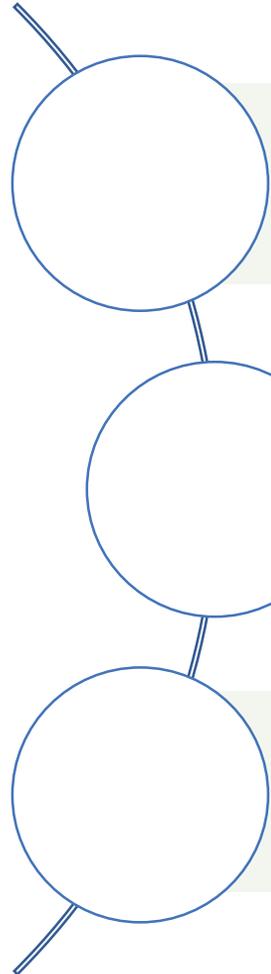
OSSERVATORIO SANA 2019:

Il Posizionamento competitivo del BIO Made in Italy sui mercati esteri

SANA 06 SETTEMBRE 2019

A cura di
Riccardo Meo
Marilena Perrone





IL MERCATO AL CONSUMO DEI PRODOTTI BIOLOGICI NEL 2019:
PRIME VALUTAZIONI

IL CARRELLO DELLA SPESA DEGLI ITALIANI:
BIOLOGICO E CONVENZIONALE A CONFRONTO

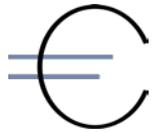
FOCUS: IL CANALE DELLO SPECIALIZZATO

DOVE ERAVAMO RIMASTI...
DOVE STIAMO ANDANDO...

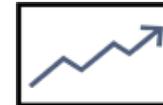


2018

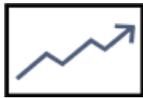
2019



2,5 Mld * le vendite



+1,5% nel primo semestre



+4,5% la crescita



+20,7% Discount



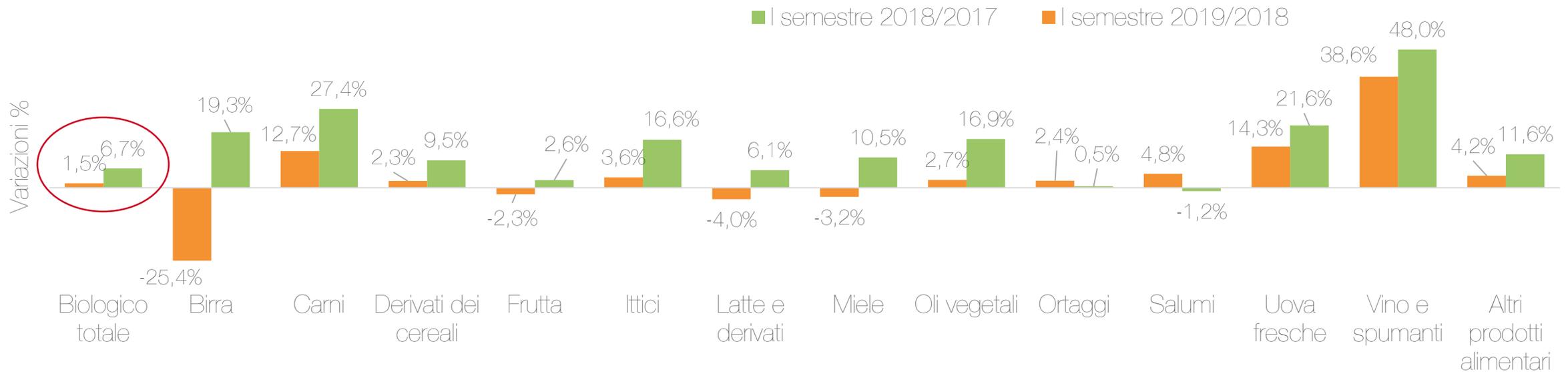
3% Incidenza



3% Incidenza



TREND DEI CONSUMI 2019: COME CRESCE IL CARRELLO BIO?



Tra i prodotti più apprezzati:

- +18,8% la carne di pollo;
- +6,7% i cereali per la prima colazione;
- +4,1% gli ortaggi freschi di IV Gamma



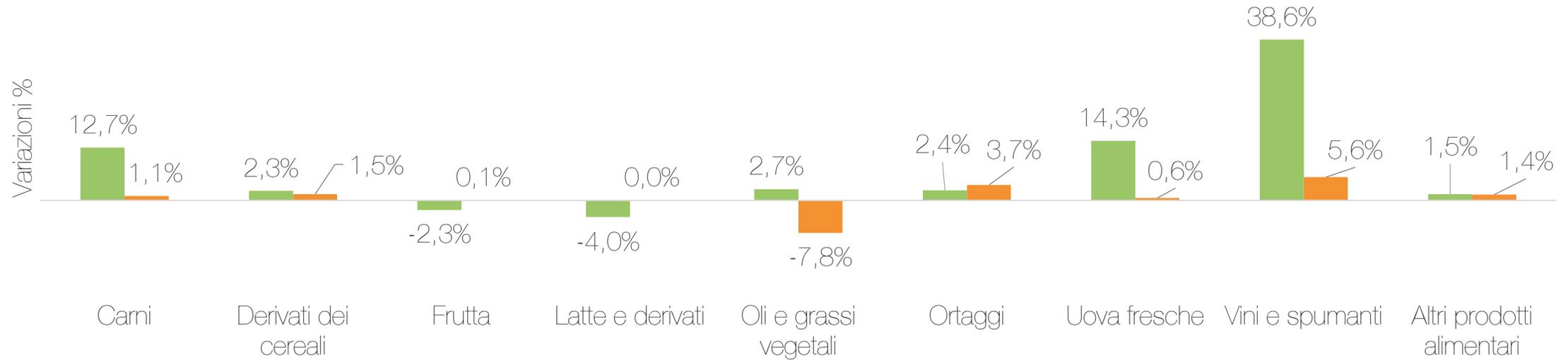
SPESA BIO E AGROALIMENTARE: CONFRONTO PER COMPARTI

(TREND %, I SEMESTRE 2019)



BIOLOGICO +1,5%

AGROALIMENTARE +1,1%



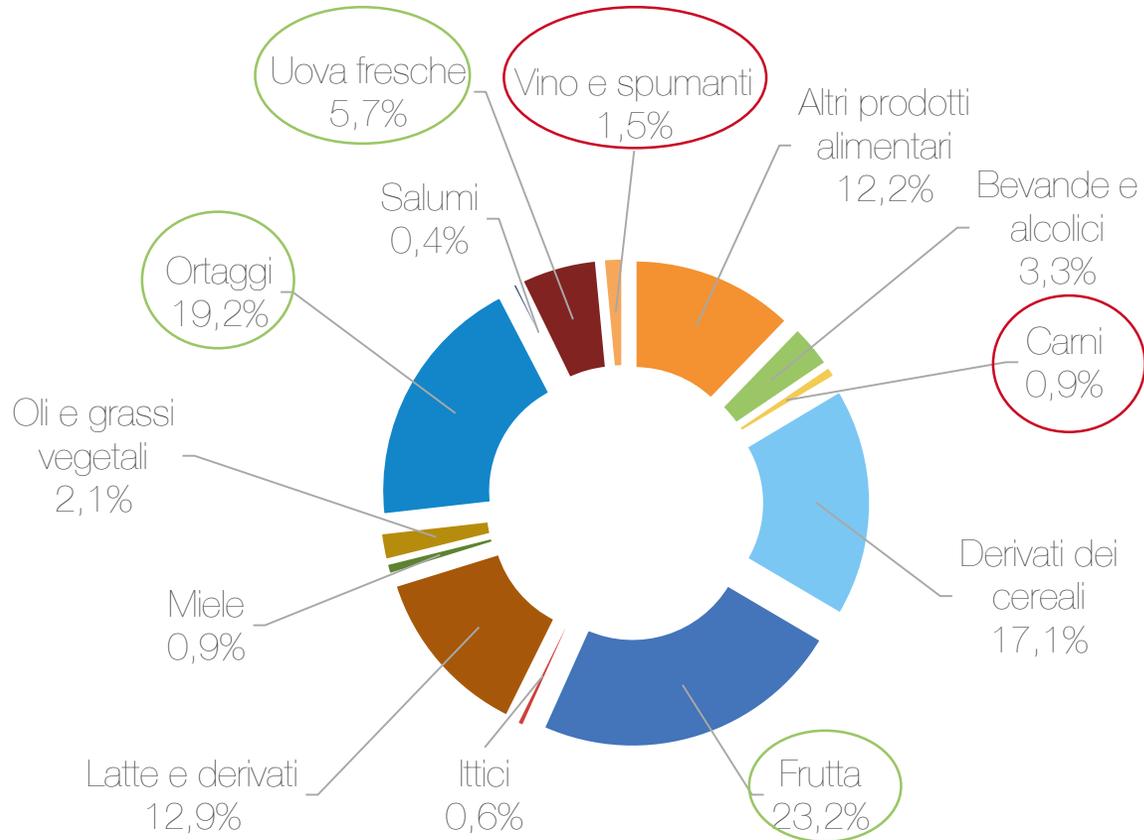
- Nella categoria «oli e grassi vegetali» bio si registra una flessione dei prezzi per l'olio extravergine (-2,3%) e un aumento dei volumi (+2,9%) rispetto all'anno precedente;
- Flessione in valore per il comparto «latte e derivati» bio mentre il latte fresco Bio cresce sia in valore +2,2% che in volume +3,4% registrando una riduzione del prezzo al consumo (-1,2%).



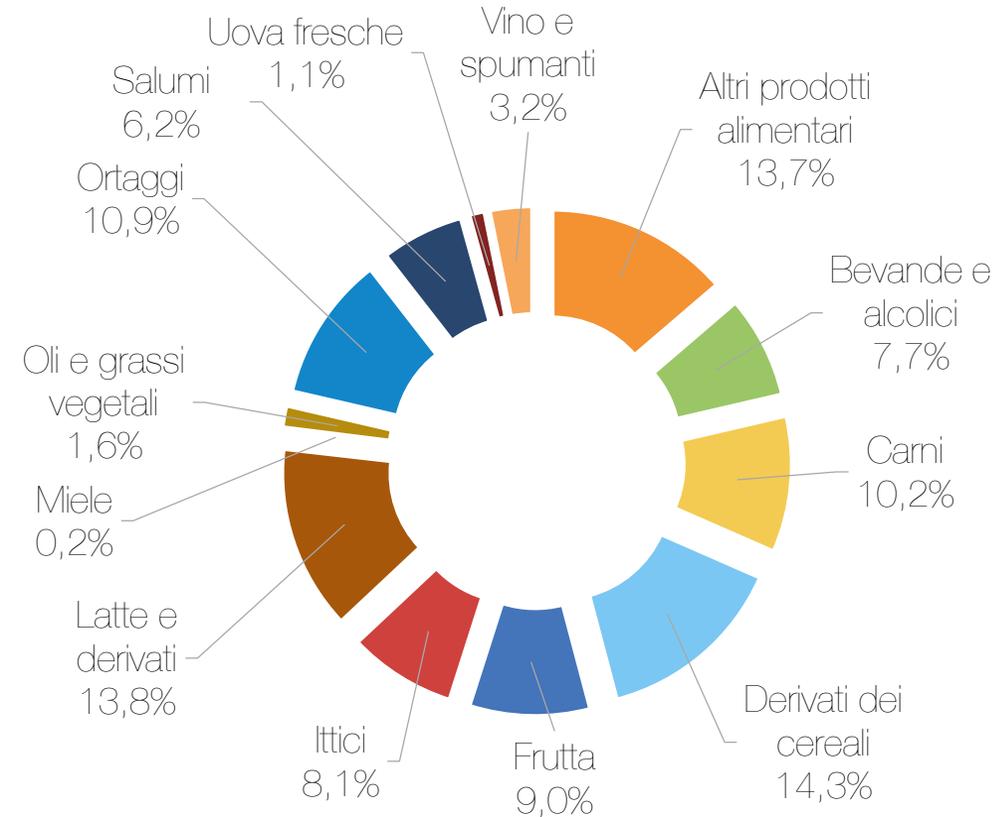
GLI ACQUISTI DELLE FAMIGLIE ITALIANE: LE CARATTERISTICHE DEL CARRELLO DEI CONSUMATORI



BIOLOGICO



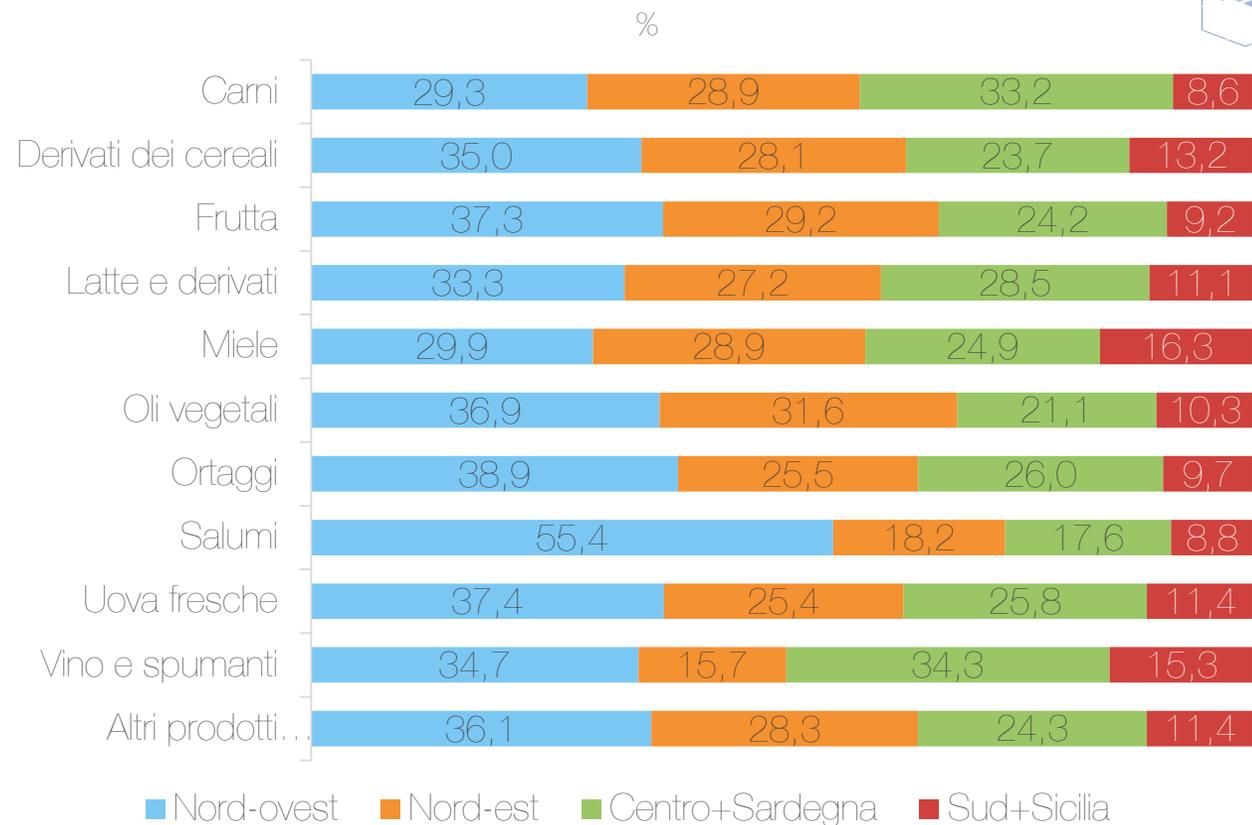
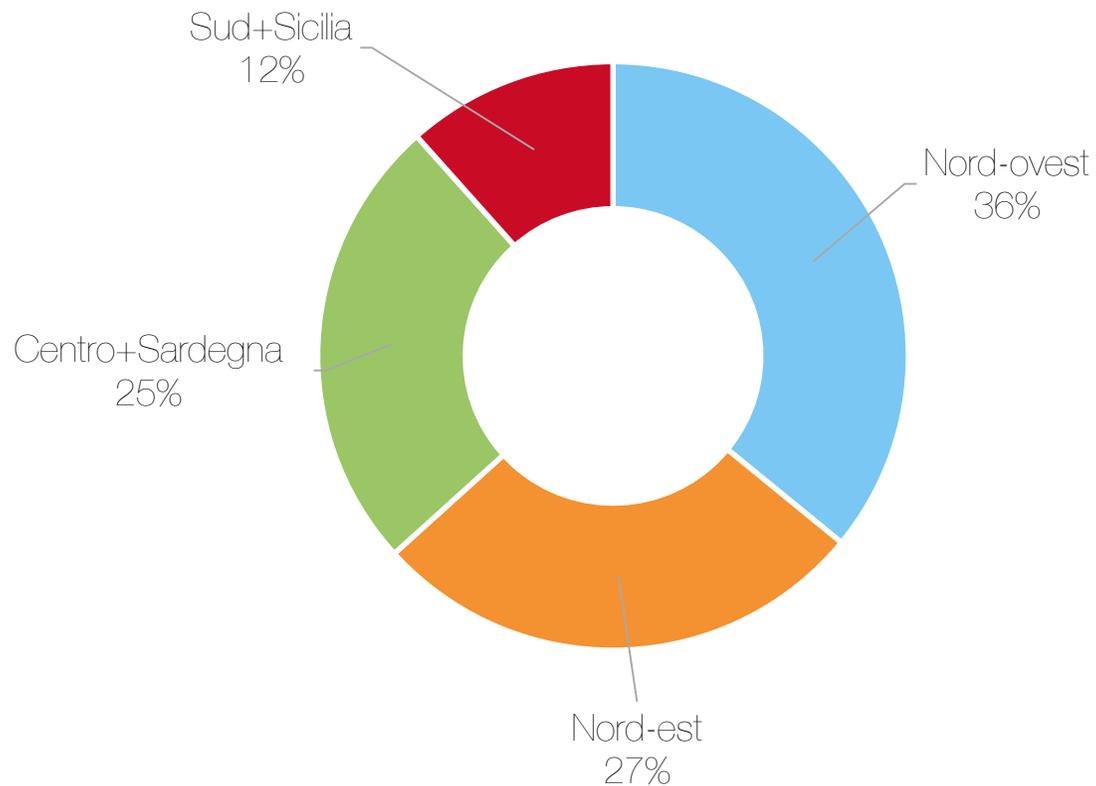
AGROALIMENTARE



- Il carrello Bio è ricco di **frutta** e **verdura**, sempre più carico di **uova** fresche e **carne**, soprattutto pollo.
- Il consumatore privilegia l'**olio extravergine di oliva** e non rinuncia a un buon bicchiere di **vino** ma le vendite di olio e vino certificato possono ancora crescere.

LA MAPPA DEL BIOLOGICO ITALIANO

DISTRIBUZIONE DEI CONSUMI PER AREA GEOGRAFICA (I SEMESTRE 2019, GDO)



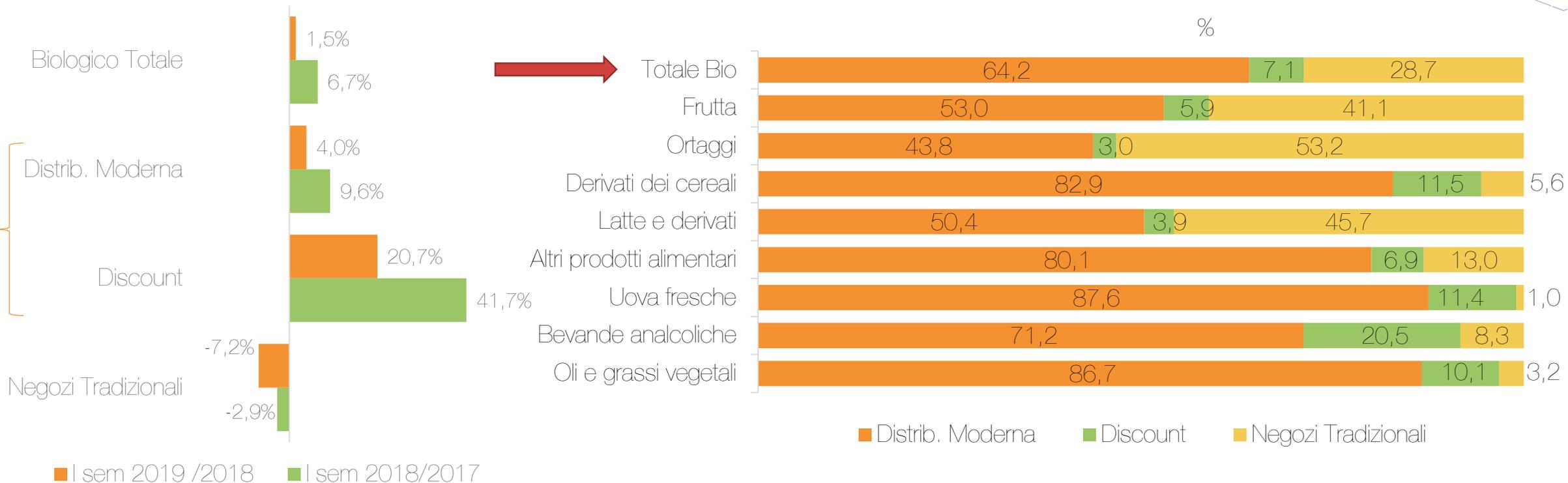
Confronto con I Semestre 2018:

- +7,6% Centro+Sardegna;
- +7,0% Sud+Sicilia.

CONSUMI: DISTRIBUZIONE PER CANALE DI VENDITA (I SEMESTRE 2019)



G
D
O



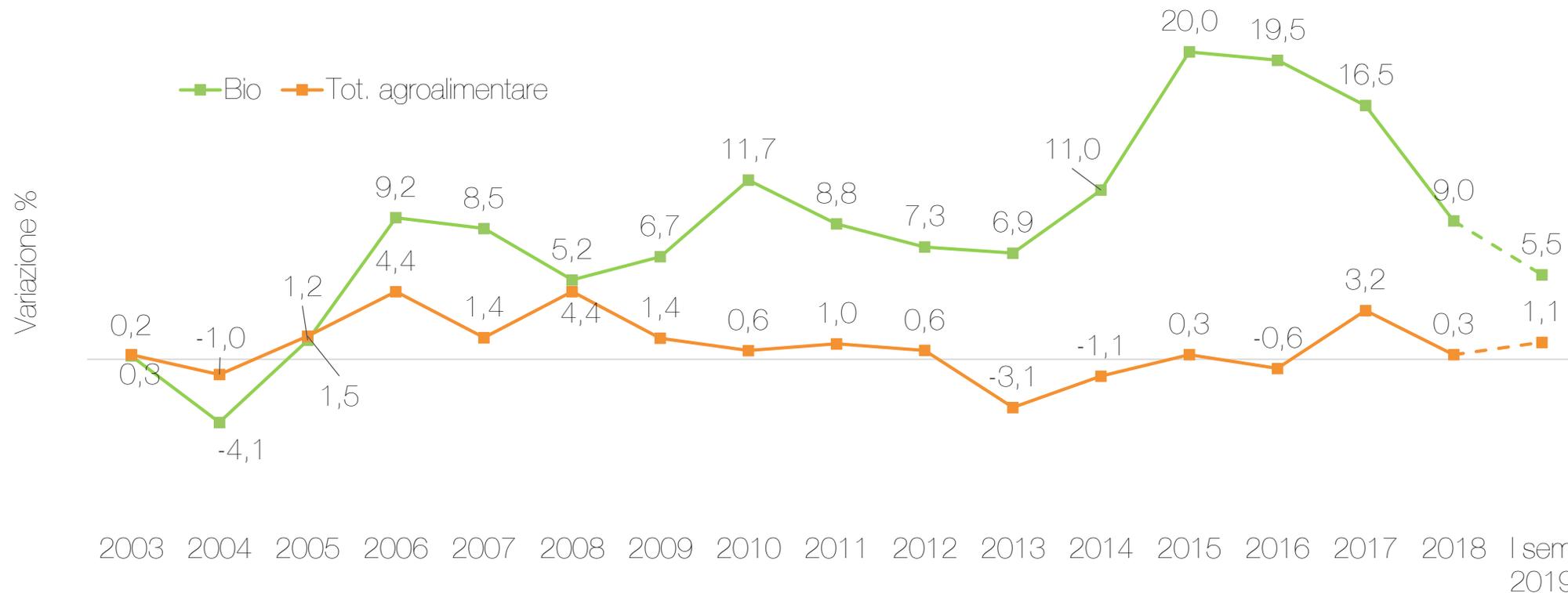
Confronto con il 2018:

- Distribuzione Moderna passa dal 60,0% al **64,2%**;
- Discount passano dal 6,1% al **7,1%**;
- Negozi Tradizionali passano dal 33,7% al **28,7%**.





LA LUNGA CRESCITA DEL BIOLOGICO NELLA GDO CONFRONTO CON L'AGROALIMENTARE



- +102% negli ultimi cinque anni;
- +5,5% nei primi sei mesi del 2019 rispetto allo stesso periodo del 2018.



IL CANALE SPECIALIZZATO: SIZING DEL CONSUMATORE BIO



Indagine Ismea-Nielsen sullo Specializzato:
Questionario sottoposto ad un campione di 2.189 famiglie

La concentrazione degli Acquisti di Bio



Il 97% delle famiglie italiane acquista prodotti Bio (solo il 62% lo dichiara);



Il 78% dei consumi Bio è attribuibile al 30% di acquirenti abituali;

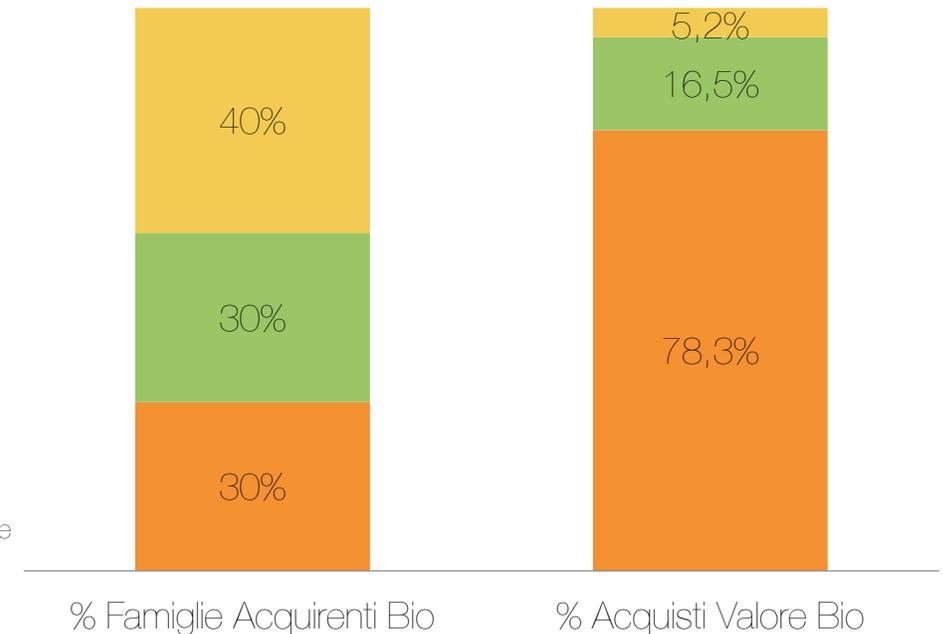


3 Milioni sono gli acquirenti Bio nei Negozi Specializzati.

■ Occasionali
Ogni 3 mesi

■ Saltuari
Ogni mese

■ Abituali
+spesso
di una volta al mese





Distribuzione geografica allineata alla media Italia



Sopra media famiglie giovani con
Responsabile Acquisti tra 25-34 anni



Maggiore disponibilità economica



Sopra media famiglie con bambini 0-6 anni



Centri urbani > 500.000 ab.



SPECIALIZZATO: SPESA MEDIA E FREQUENZA DI ACQUISTO



Totale Acquirenti
(qualsiasi canale)



Occasioni di acquisto
(in un anno)

28 atti

Acquirenti prodotti Bio (n=15,5 mio)

Acquirenti **Canale
Specializzato**



Occasioni di acquisto
(in un anno)

35 atti

Acquirenti BIO Canale Specializzato (n=3 mio)



€ **12**

Spesa media bio per atto
TOTALE CANALI

€ **19**

Spesa media bio per atto
TOTALE CANALI

€ **22**

Spesa media bio per atto
CANALE SPECIALIZZATO



CANALE SPECIALIZZATO BIO



I negozi specializzati sono ritenuti il canale migliore per l'acquisto di prodotti alimentari Bio;



I negozi specializzati sono scelti in genere per l'assortimento di prodotti migliori e più sani;



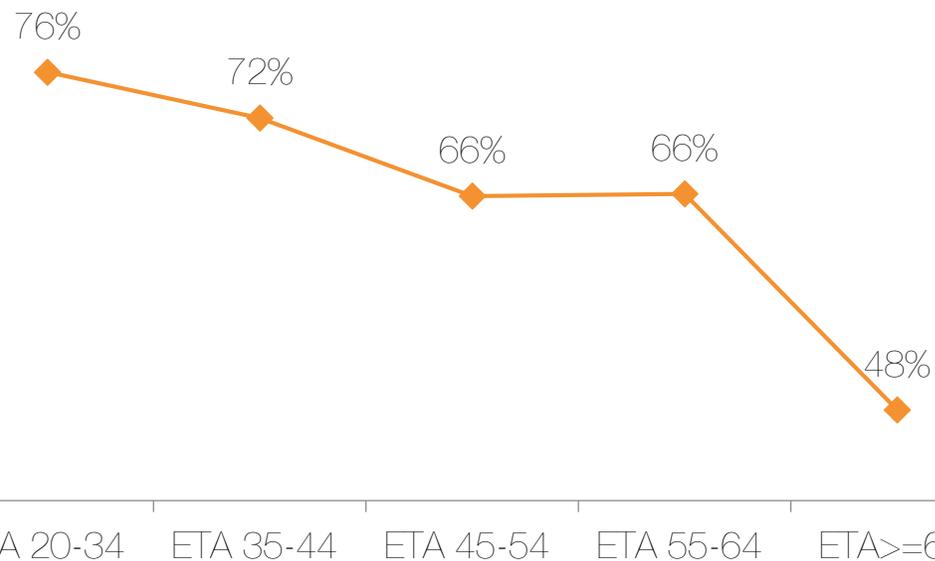
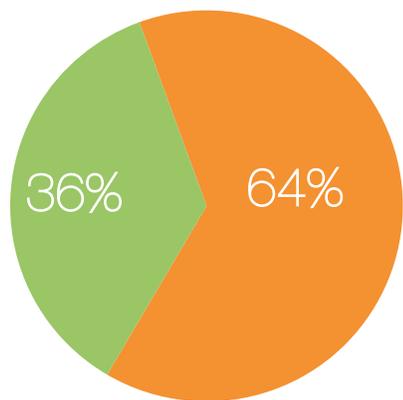
La vendita diretta attira maggiormente l'attenzione delle famiglie con bambini fino a 6 anni, e in generale la fascia più giovane (fino a 44 anni).



LIVELLO DI CONOSCENZA DELLE INSEGNE DEL BIOLOGICO



Consumatori a conoscenza delle insegne specializzate nel biologico





PUNTI DI FORZA

- Domanda di prodotti forte e trascinata dal crescente interesse dei consumatori per il benessere fisico e la tutela ambientale
- Maggiore offerta per il consumatore di prodotti Bio grazie alla presenza capillare della GDO sul territorio
- Soluzioni self-service per ortofrutta Bio:
 - Riduzione imballaggi
 - Riduzione dei prezzi

PUNTI DI DEBOLEZZA

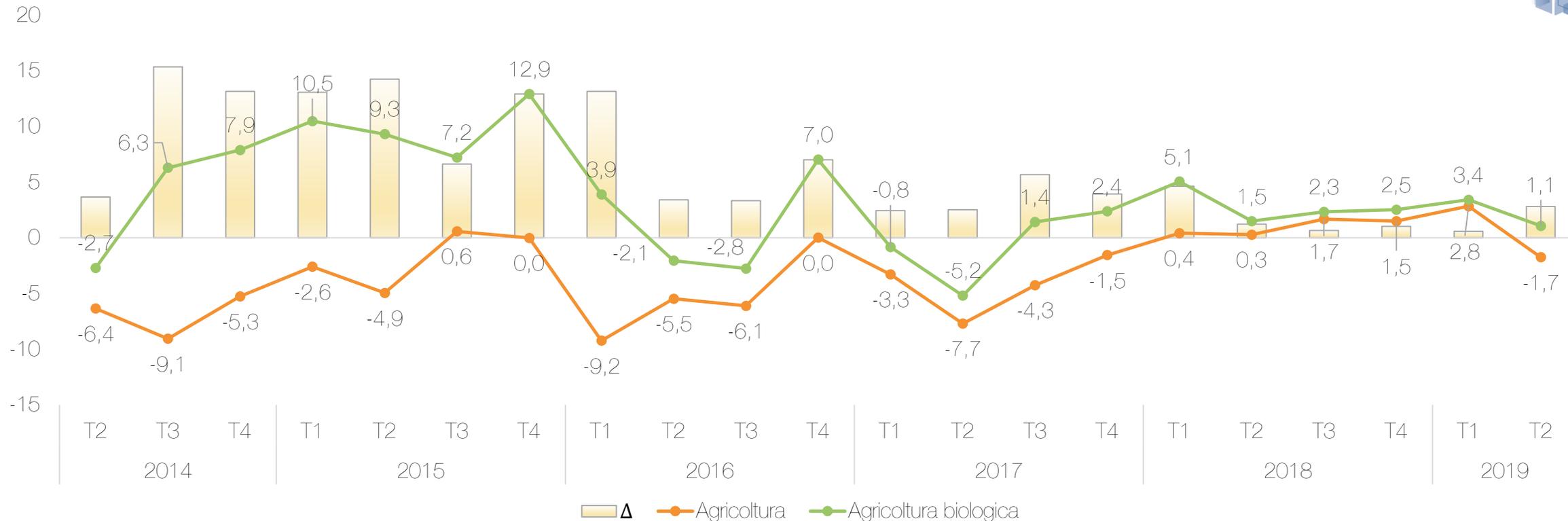
- Contrazione dei prezzi al consumo con ripercussioni sul produttore agricolo
- Produzione agricola concentrata al Sud e consumi nel Nord
- L'offerta interna non soddisfa le richieste del mercato, in particolare per alcuni prodotti (es. ortofrutta)
- Inadeguate conoscenze del consumatore sulle esternalità positive dei prodotti biologici

DOVE DIRIGERSI?

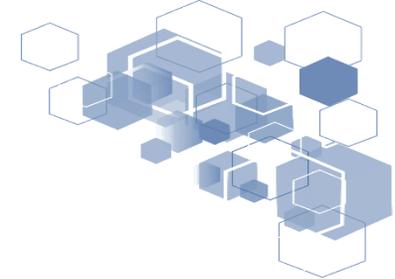
- Favorire l'aggregazione dei produttori per riconoscere una giusta remunerazione all'origine e ridurre i costi lungo la filiera
- Favorire i consumi al Sud dove si concentra la produzione agricola nazionale
- Promuovere azioni di sensibilizzazioni del consumatore sul valore ambientale e sociale del cibo biologico
- Politiche chiare e poco frammentate

IL CLIMA DI FIDUCIA:

LE VALUTAZIONI E PERCEZIONI FUTURE DEGLI OPERATORI AGRICOLI



- Negli ultimi 5 anni molte aziende agricole biologiche hanno dichiarato una diminuzione del volume di affari;
- Le stesse aziende sono meno fiduciose sull'andamento futuro della propria impresa nel breve-medio termine;
- Nei primi mesi del 2019 si assiste a un'inversione di tendenza e a un maggiore ottimismo degli imprenditori biologici rispetto agli agricoltori «convenzionali»



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

ISMEA
viale Liegi, 26
00198 - Roma

