

Il biologico made in Italy è in crescita, non solo sotto il profilo dei consumi, ma anche delle superfici dedicate e del numero di operatori. Bene anche l'export, che raggiunge i due miliardi di euro. Presentati a Bologna i dati dell'Osservatorio Sana 2017.



TUTTI I NUMERI DEL BIO ITALIANO



Al convegno "Tutti i numeri del bio italiano", in occasione del Salone internazionale del biologico e del naturale che si è svolto lo scorso settembre a Bologna, sono stati presentati i dati dell'Osservatorio Sana 2017. È stata l'occasione per il punto sul panorama del mercato biologico italiano.

PERFORMANCE POSITIVE

L'intero sistema dell'alimentare biologico è in crescita. Le ultime stime relative alle vendite 2016 nel canale specializzato segnano un +3,5%, mentre nella GDO l'aggiornamento Nielsen evidenzia un +16% (periodo luglio 2016 - giugno 2017) e una quota dell'organic sul totale delle vendite alimentari pari al 3,5% (5 volte in più rispetto al 2000).

Aumentano del 20% anche le superfici e gli operatori bio sul territorio italiano. Secondo le elaborazioni del Sinab (Sistema d'informazione nazionale sull'agricoltura bio-

logica per il Mipaaf - Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali), presentate nel dettaglio insieme ai dati Ismea, le superfici coltivate con metodo biologico hanno sfiorato quota 1,8 milioni nel 2016 (erano 1,5 milioni nel 2015). Sono stati convertiti al biologico oltre 300 mila ettari e con loro sono passati al bio anche moltissimi operatori, cresciuti del 20,3% e arrivati a 72.154 unità. Ma l'interesse per il bio è forte anche fuori dai confini nazionali: nel 2016 l'export bio made in Italy ha sfiorato i 2 miliardi di euro, con un peso del 5% sull'export agroalimentare italiano. Che il bio italiano viaggi con il vento in poppa sui mercati internazionali si capisce soprattutto dai trend di crescita: in nemmeno 10 anni l'export bio è cresciuto a valore del 408%, superando la già ottima performance dell'export agroalimentare nel suo complesso (+45%), segno che il biologico rafforza la reputazione del made in Italy.

I DATI DELL'OSSERVATORIO SANA-NOMISMA

L'Osservatorio Sana 2017 "Tutti i numeri del bio italiano" – promosso e finanziato da BolognaFiere e realizzato da Nomisma con il patrocinio di FederBio e AssoBio – presenta i risultati della Survey a cura di Nomisma su un campione rappresentativo di responsabili degli acquisti alimentari della famiglia, tramite la realizzazione di 850 interviste.

L'indagine di Nomisma rivela che il biologico interpreta a pieno titolo le esigenze del consumatore italiano che a tavola cerca prodotti salutari (valore ritenuto molto importante nella scelta di prodotti alimentari dal 58% dei responsabili degli acquisti), eco-friendly (39%), semplici e comodi all'uso (31%), senza mai rinunciare alla qualità al giusto prezzo (65%). I valori che il biologico interpreta sono alla base del successo della categoria e della crescita della consumer base (almeno una occasione di acquisto negli ultimi 12 mesi) che nel 2017 ha raggiunto ormai il 78% delle famiglie (solo nel 2012 era del 53%). Questo significa che quasi 8 famiglie su 10 hanno acquistato almeno una volta nell'ultimo anno un prodotto biologico e che in soli cinque anni il numero di famiglie acquirenti è aumentato di oltre 6 milioni.

E l'interesse verso il biologico è chiaro anche dalla trasformazione degli assortimenti: il numero medio di referenze bio vendute da un punto vendita della GDO è cresciuto nell'ultimo anno del 29% (da 162 a 209 referenze, fonte Nielsen); bio significa anche innovazione di prodotto: ogni 100 nuove referenze 23 sono bio. Il biologico non è di certo una moda:

il 47% delle famiglie italiane consuma bio almeno una volta alla settimana.

Ma chi acquista bio oggi in Italia? Diversi sono i fattori che incidono sull'interesse verso i prodotti bio: in primis il reddito (la quota di frequent user è più alta nelle famiglie con reddito mensile familiare medio-alto: 58% contro il 35% nelle famiglie meno abbienti), ma anche la composizione del nucleo familiare (dove ci sono figli e, in particolare, bambini con meno di 12 anni, la percentuale di user abituali cresce fino al 56%). Anche le abitudini alimentari influenzano il consumo frequente di prodotti bio: nelle famiglie in cui ci sono vegetariani o vegani il tasso di frequent user bio sale al 67%.

Quali sono i nuovi trend nel biologico? Sicuramente i prodotti 100% vegetali rappresentano una categoria in forte trasformazione, che non richiama l'interesse solo di vegetariani e vegani (che per Nomisma hanno una incidenza dell'8% sulla popolazione 18-65 anni). E l'attributo "veg" spicca tra i criteri di scelta: il 48% degli user bio indica la presenza di ingredienti 100% vegetali come fattore importante per l'acquisto dei prodotti biologici. La semplicità della ricetta è certamente un fattore di successo per i prodotti biologici.

I prodotti 100% vegetali sono entrati

nelle tavole degli italiani (83% la quota delle famiglie acquirenti, considerando sia i prodotti convenzionali che quelli bio).

Il ruolo del marchio biologico nel paniere dei prodotti 100% vegetali è rilevante: complessivamente 6 famiglie su 10 (58% dei consumatori italiani) negli ultimi 12 mesi hanno provato almeno una volta un prodotto con ingredienti 100% vegetali a marchio bio; inoltre il 30% dei prodotti con ingredienti 100% vegetali è bio (a valore in GDO le vendite bio nella categoria dei prodotti 100% vegetali pesano per il 26% del totale). Ma qual è l'identikit dello user di prodotti veg a marchio biologico? Giovane, tra i 30 e i 35 anni, con figli, residente nelle grandi città e con reddito e titolo di studio medio-alto: il tasso di penetrazione degli alimenti veggie biologici supera la media nazionale tra i giovani dai 18 ai 35 anni (61% contro il 56% dei baby boomers, da 52 a 65 anni), tra i nuclei familiari con più alta disponibilità economica (67% contro 44% delle famiglie meno abbienti) e titoli di studio elevati (65% contro 53% di chi non è laureato). L'attributo salutistico è più rilevante nelle famiglie in cui vi sono dei figli conviventi e in quelle con bambini sotto i 12 anni (in quest'ultimo target, la quota di user veg-bio arriva fino al 63%). Ma il fattore che più di altri incide sulla propensione all'acquisto di questi prodotti ricade nella sfera delle abitudini alimentari: nei nuclei familiari in cui vi sono vegetariani/vegani il tasso di user sale al 74%; anche nei casi in cui qualche componente della famiglia presenti disturbi/allergie o sia a dieta, la percentuale supera la media nazionale (67% e 60% contro il 55% nelle famiglie in cui non si segue alcun regime alimentare particolare).

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

Fonte: Sinab

Alcune immagini di Sana 2017, il Salone internazionale del biologico e del naturale, che si è svolto a Bologna dal 7 al 10 settembre

