



sana

27° salone internazionale del biologico e del naturale

BolognaFiere

12 – 15 settembre 2015



Nomisma

Osservatorio SANA 2015
L'AGROALIMENTARE BIOLOGICO
ITALIANO ALL'ESTERO

SILVIA ZUCCONI - Nomisma



Progetto promosso da:

Con il patrocinio di:



ITCA

ITALIAN TRADE AGENCY

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



FEDERBIO
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA



AssoBio

OBIETTIVI

L'Osservatorio SANA 2015 nasce con l'intento di realizzare il monitoraggio dell'agroalimentare biologico italiano all'estero, per rispondere alla necessità di predisporre, a favore degli operatori e delle imprese, dati e analisi sulle opportunità di internazionalizzazione dei **Made in Italy BIO**.

Il progetto 2015 è stato promosso da **ICE** e realizzato con il supporto di **Federbio** ed **Assobio**.

ITA[®]
ITALIAN TRADE AGENCY

FEDERBIO
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA

AssoBio

L'Osservatorio SANA 2015 è curato da Nomisma.


Nomisma

SURVEY SU

155

IMPRESE AGROALIMENTARI
ITALIANE
CON PRODOTTI A MARCHIO
BIOLOGICO

STRUMENTI & METODI

Strumento informativo unico poiché l'assenza di una classificazione di codici doganali per i prodotti biologici certificati impedisce la rilevazione continuativa dei flussi di import-export.



1



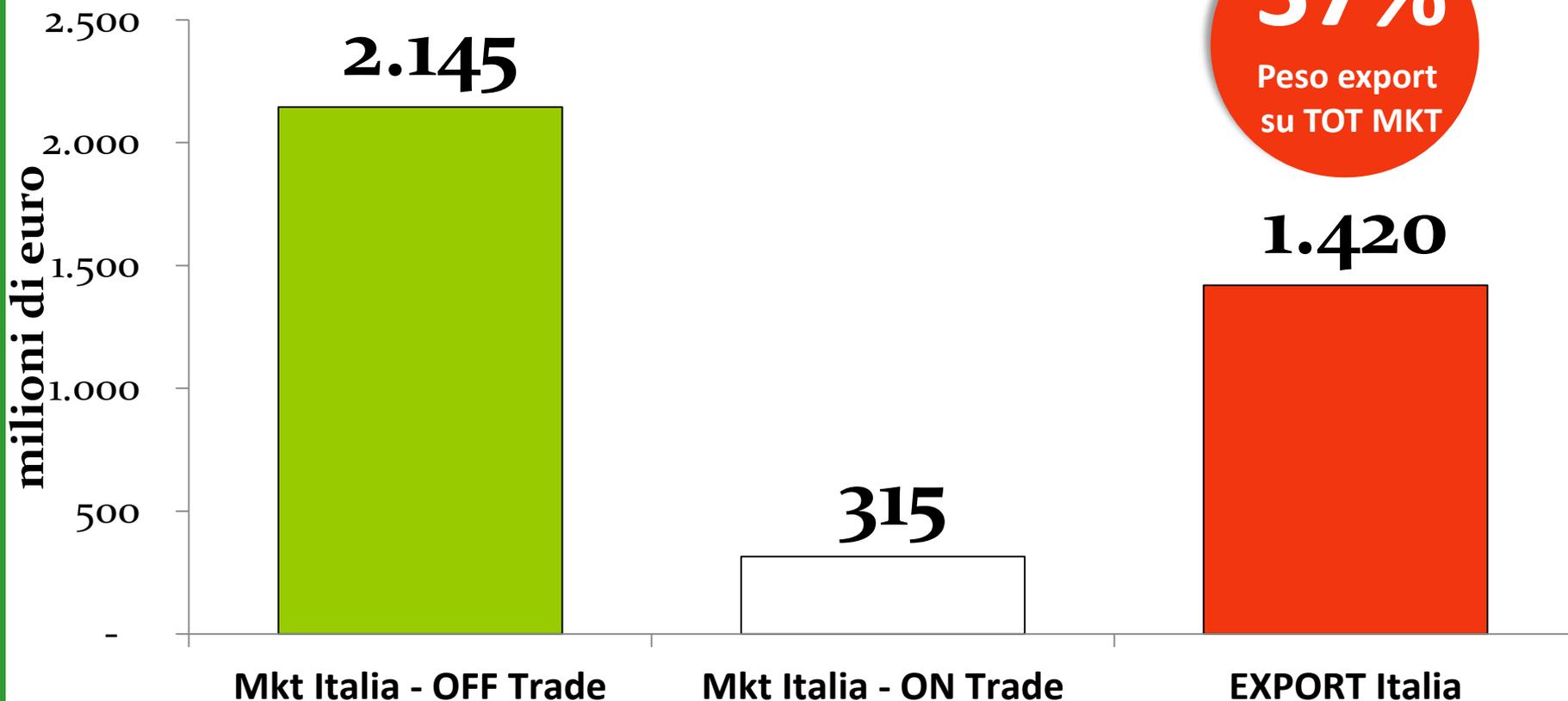
Survey Nomisma
L'EXPORT AGROALIMENTARE
A MARCHIO BIO

DOMANDA BIO 2014



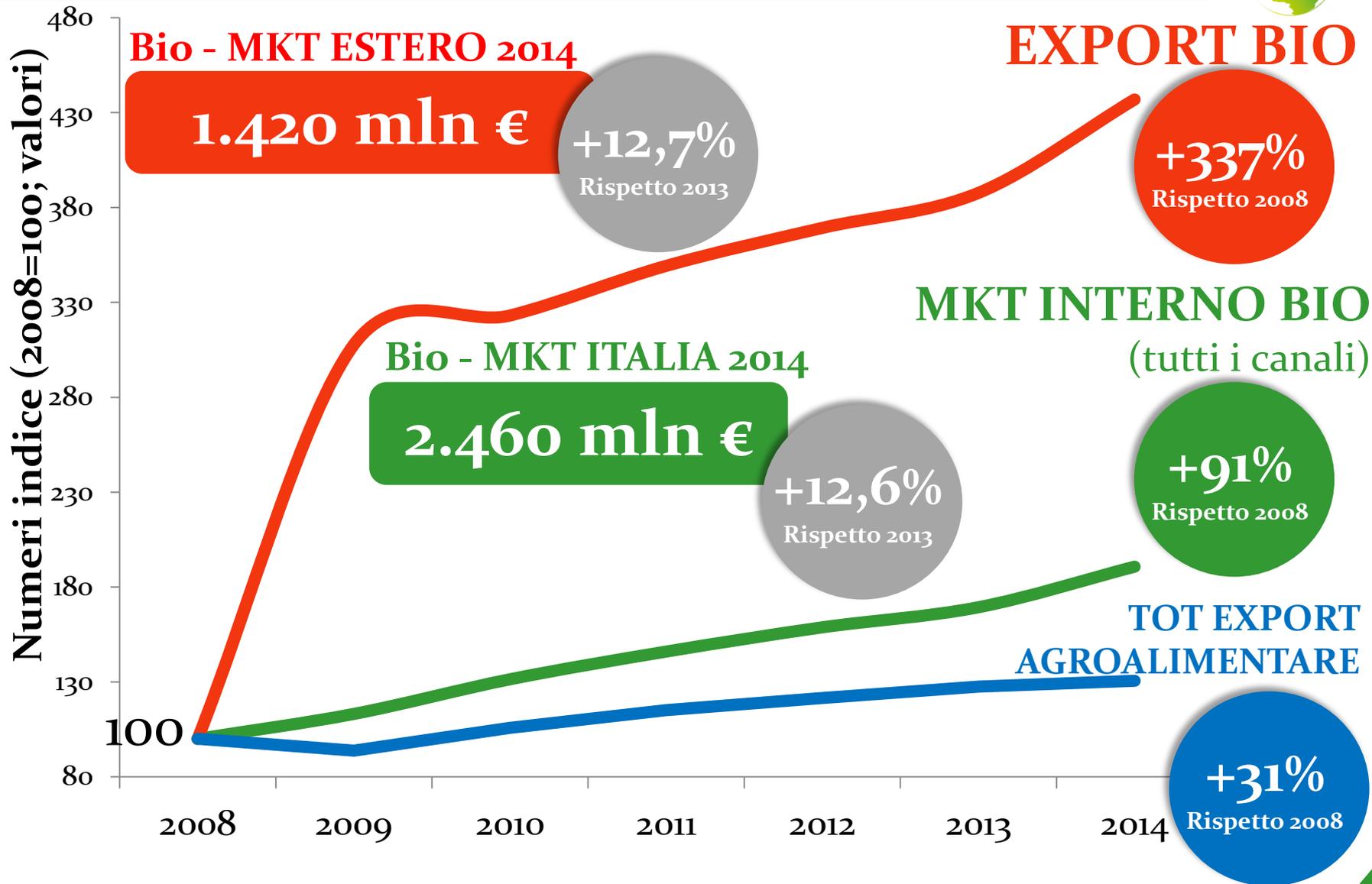
TOTALE

3.880 mln €



Fonte: NOMISMA (export), ISMEA (off trade), ASSO BIO (on trade) per Osservatorio SANA 2015

TREND DI MERCATO



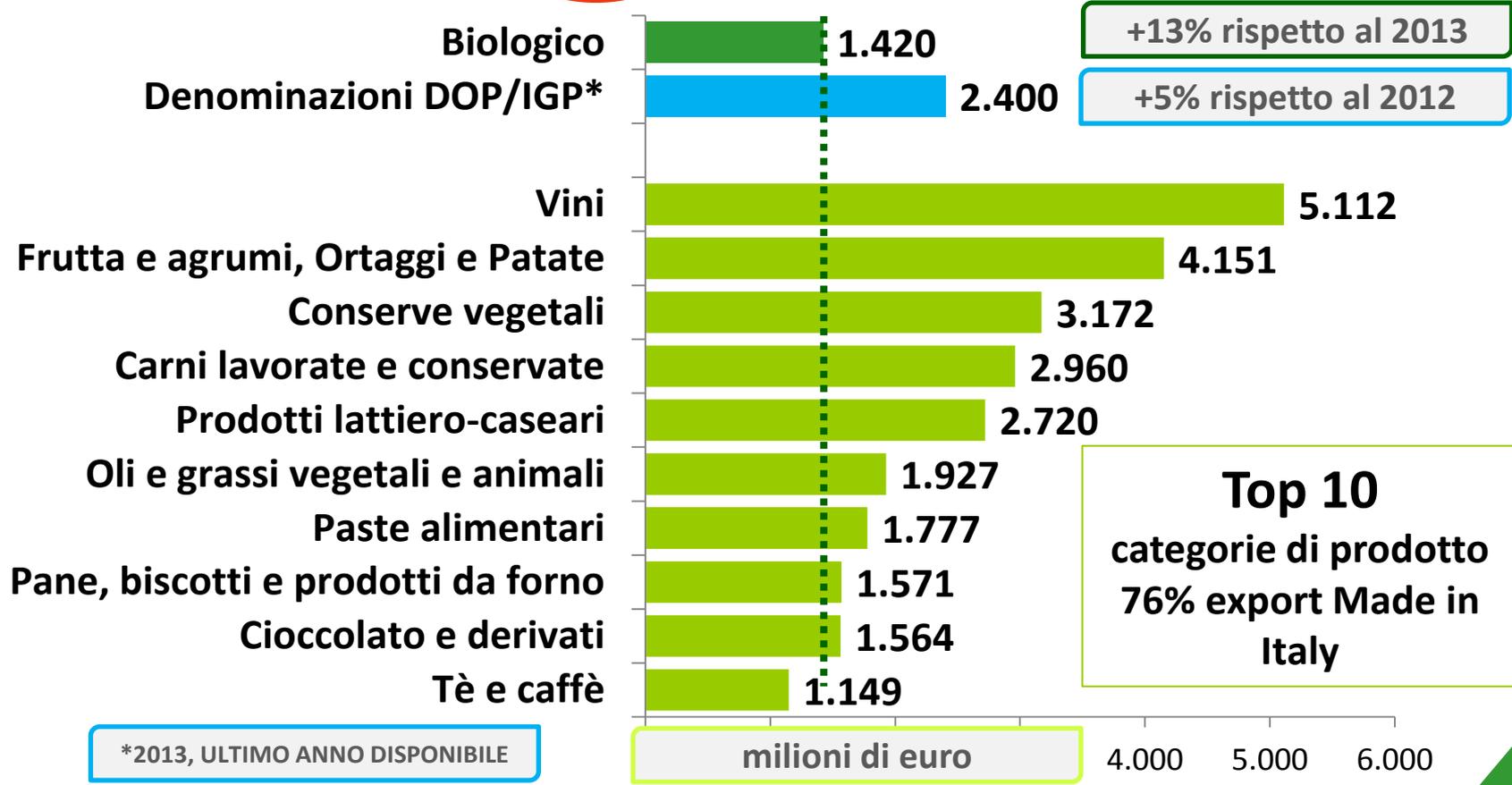
Fonte: NOMISMA e ASSO BIO per Osservatorio SANA 2015

IL RUOLO DEL BIO PER L'EXPORT MADE IN ITALY



**EXPORT 2014
MADE IN ITALY**

34
mrd €





I CONSUMI ALIMENTARI IN ITALIA

Come si posiziona il trend del bio rispetto ai consumi alimentari nel complesso?

Vendite alimentari al dettaglio



Vendite agroalimentari a marchio BIO



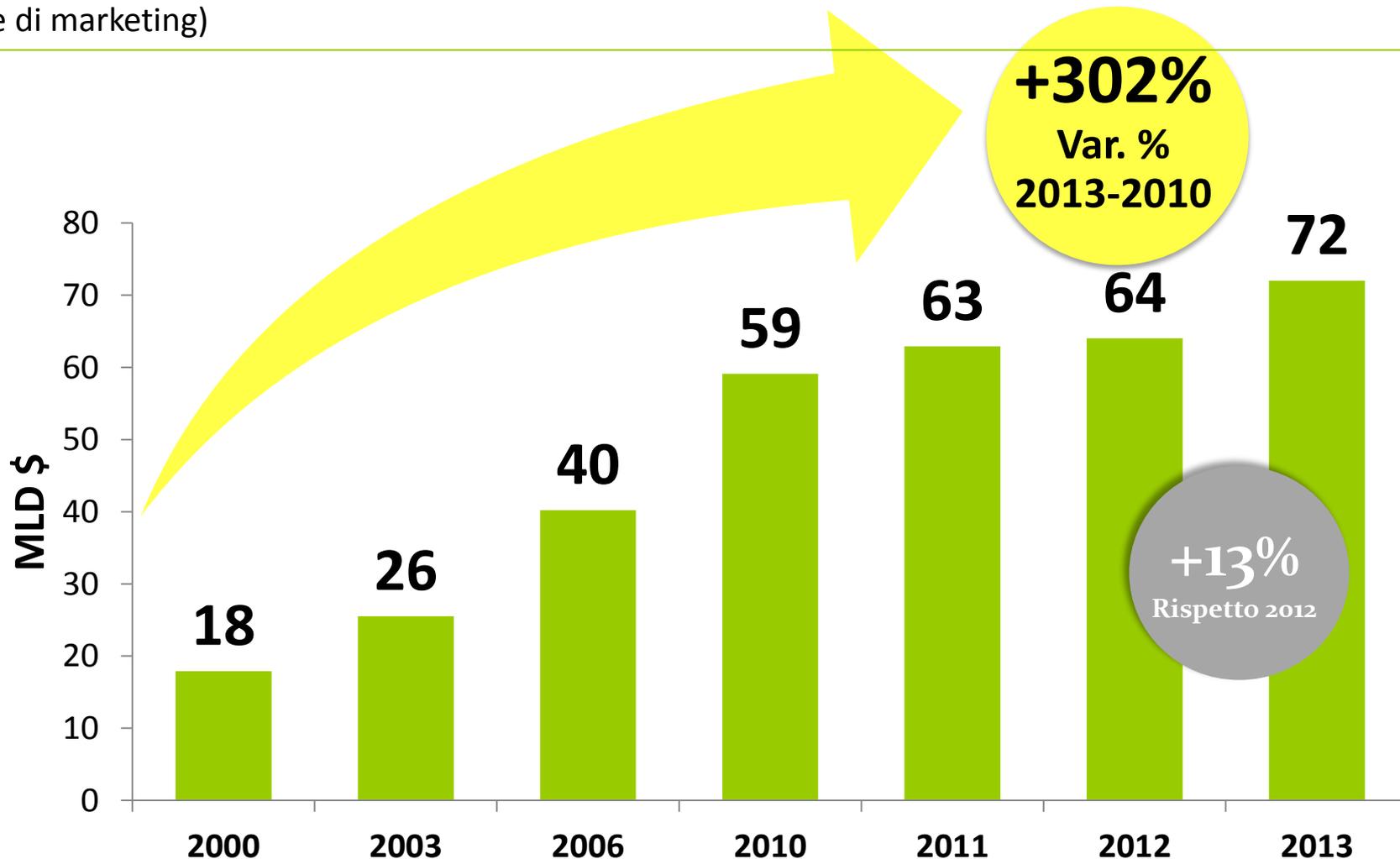
La crescita del bio in Italia è sostenuta sia dall'incremento del numero di famiglie acquirenti (+1,7 milioni solo nell'ultimo anno) e dall'intensità di acquisto (la quota di consumi a marchio bio oggi è pari al 2,5% - solo 5 anni fa era al 1,9%)

Fonte: Nomisma su dati Istat e Assobio

VENDITE: DIMENSIONI DEL MERCATO MONDIALE



La performance dell'export italiano bio è certamente sostenuto dalla forte crescita della domanda che si registra a livello globale ... Ma le imprese bio italiane hanno grande capacità di presidio sui mkt internazionali, anche nella componente agricola (imprese più grandi, più giovani, con skill commerciali e di marketing)



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Organic Monitor 2015, FIBL



2



Survey Nomisma

I numeri chiave del campione



IL PROFILO DEL CAMPIONE SANA-NOMISMA

Fatturato 2014, MLN €



155 interviste

VOCAZIONE AL BIO DELLE IMPRESE DEL CAMPIONE

Quota fatturato BIO su totale fatturato agroalimentare

50%

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015



I NUMERI CHIAVE DELL'EXPORT BIO

Bio - MKT ESTERO 2014

1.420 mln €

+12,7%
Rispetto 2013

**INCIDENZA
EXPORT BIO SU TOTALE
EXPORT
AGROALIMENTARE 2014**

4,2%

**Var % 2014 SU 2013
EXPORT AGROALIMENTARE BIO**

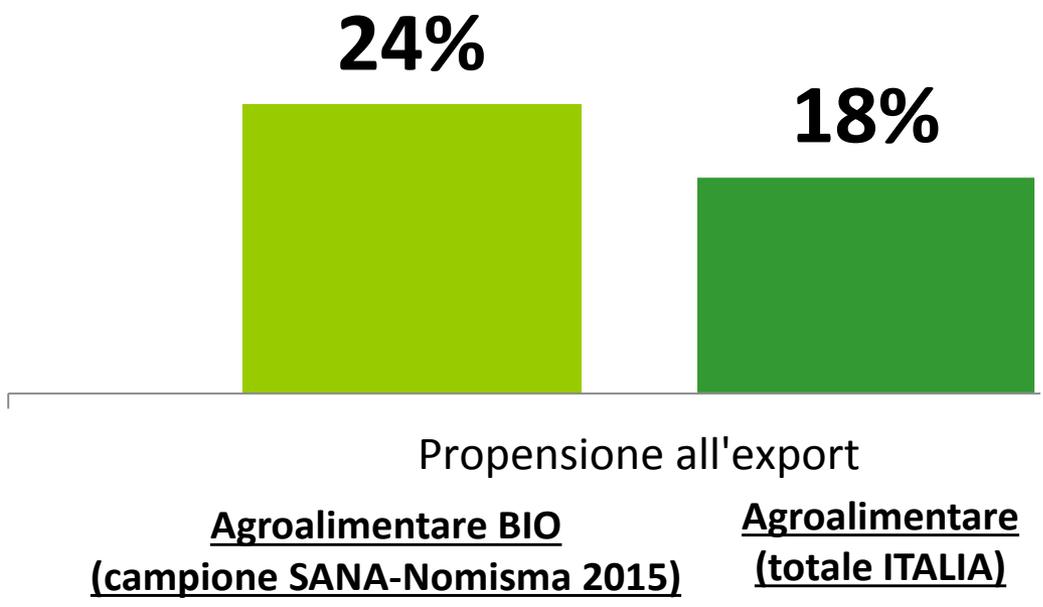
+13%

**Var % 2014 SU 2013
EXPORT AGROALIMENTARE TOTALE**

+2%

PROPENSIONE ALL'EXPORT DELLE IMPRESE

Export su fatturato totale - %
CONFRONTO CON IL COMPARTO AGROALIMENTARE ITALIANO





PRESENZA SUI MERCATI ESTERI

Nel 2014 l'azienda ha realizzato vendite all'estero di prodotti biologici?

Vocazione all'export
80%

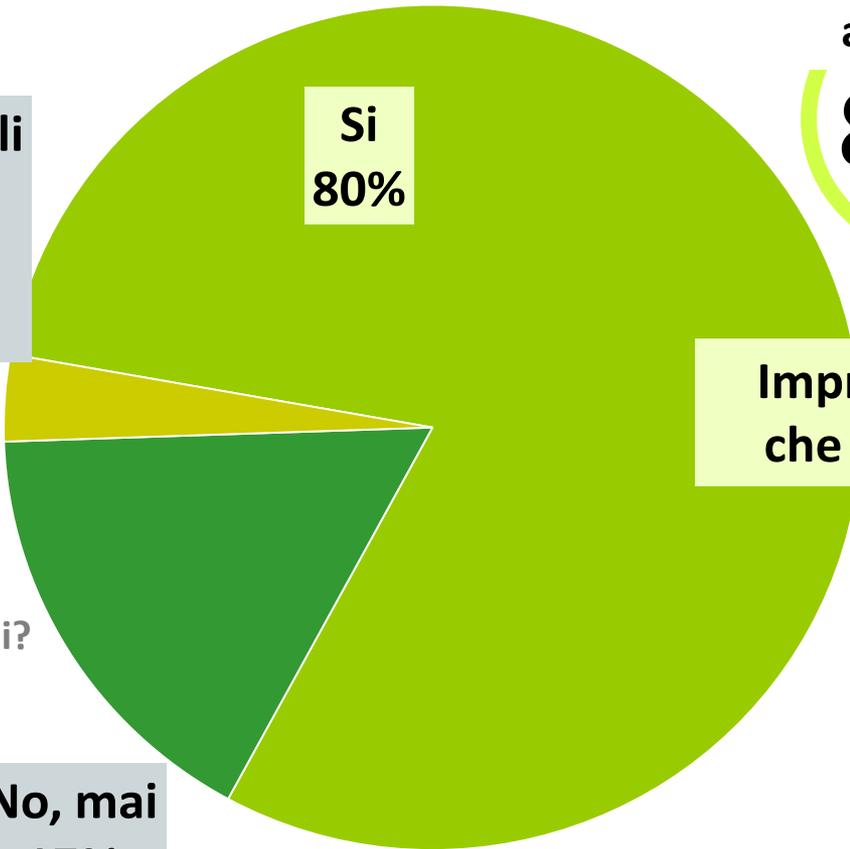
No, solo negli anni precedenti
3%

Imprese «BIO» che NON esportano

L'impresa intende vendere i propri prodotti all'estero nei prossimi anni?



No, mai
17%

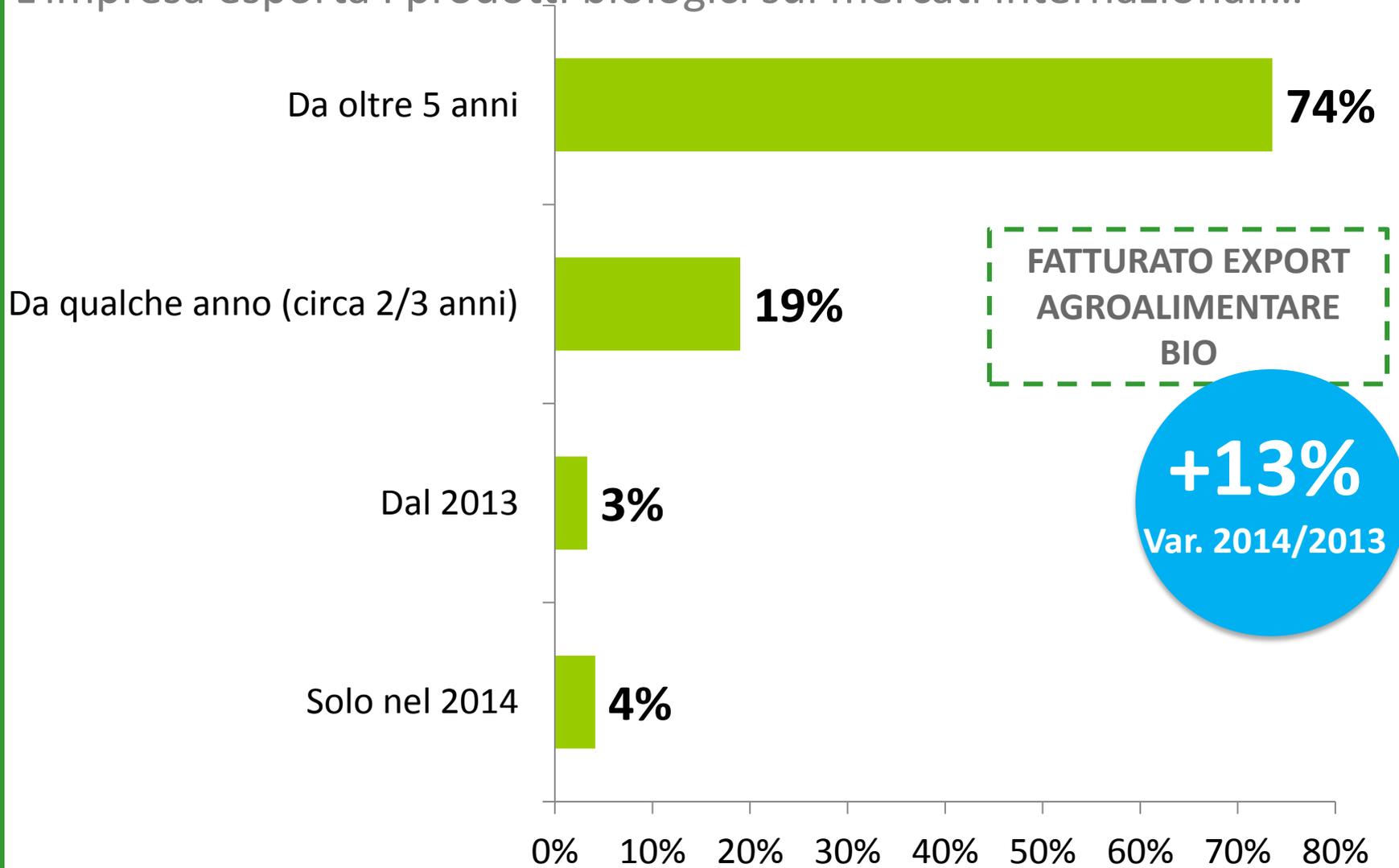


Imprese «BIO» che esportano

PRESENZA SUI MERCATI ESTERI: INIZIO DELLE ATTIVITÀ DI EXPORT



L'impresa esporta i prodotti biologici sui mercati internazionali...





3

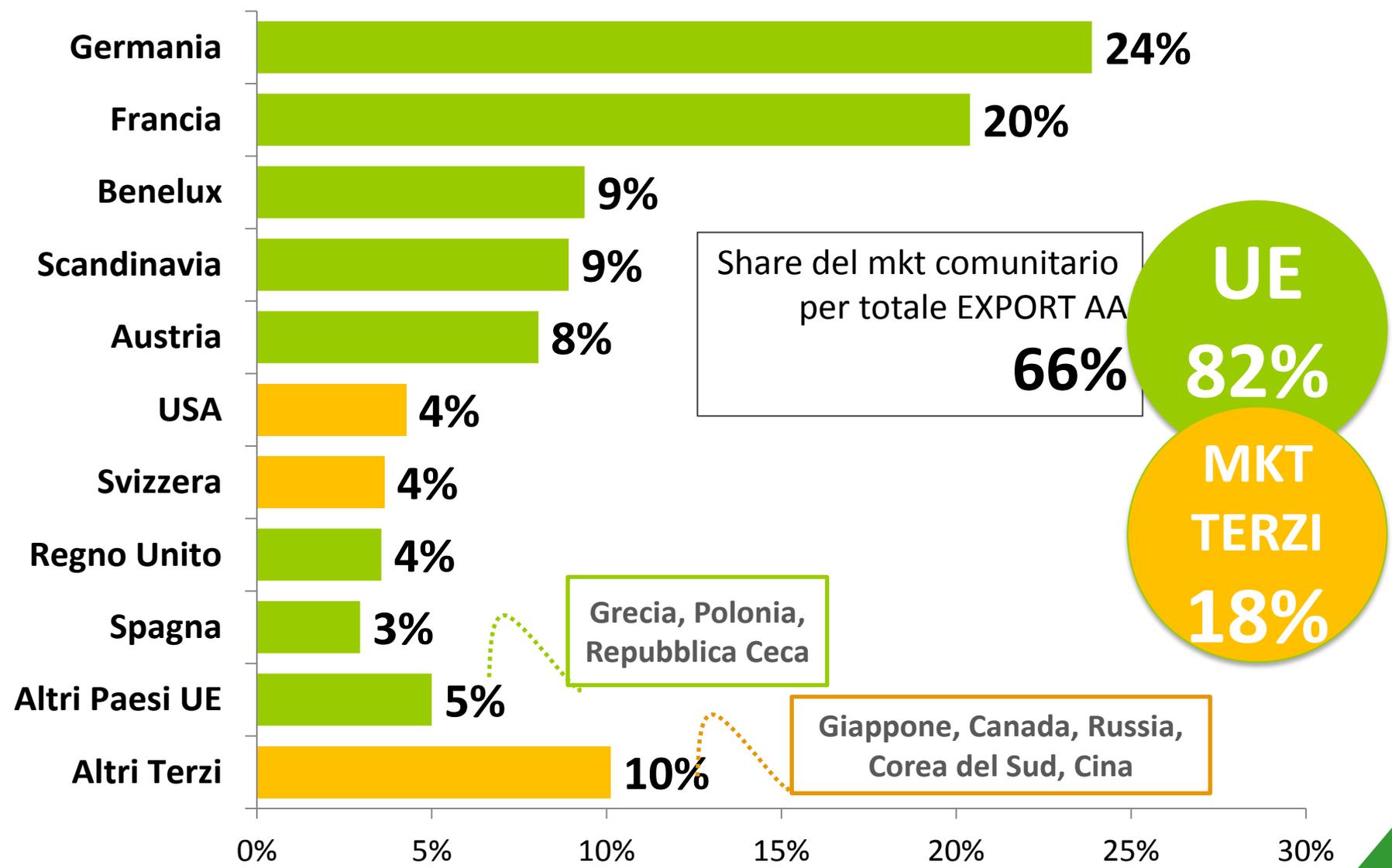


Survey Nomisma
Mercati esteri presidiati,
Portfolio, Motivazioni

MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO - 2014



% Fatturato Export Agroalimentare BIO per principali paesi di destinazione

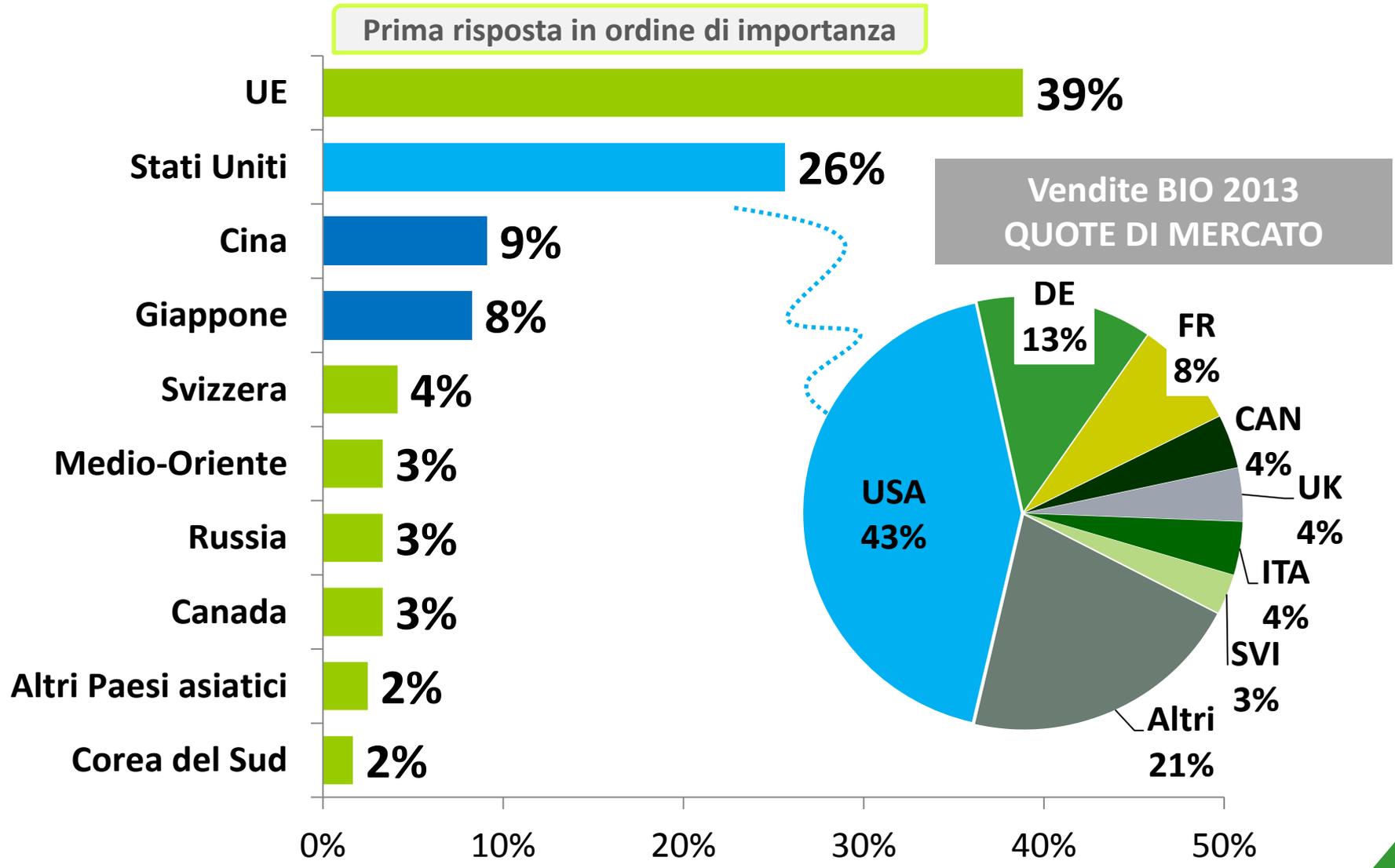


Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

MERCATI DI DESTINAZIONE PIÙ PROMETTENTI



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

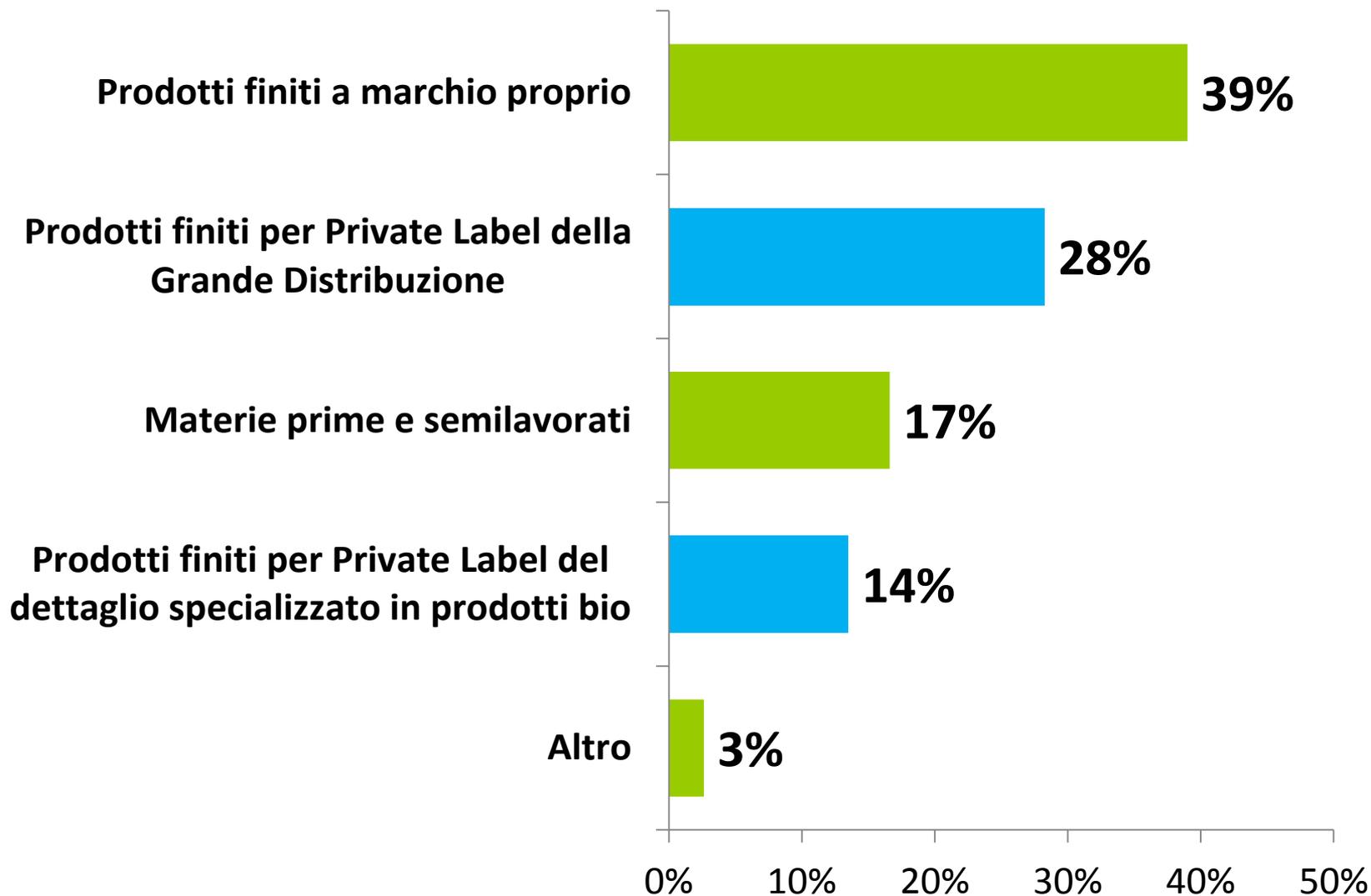


Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

TIPOLOGIA DI PRODOTTO BIO ESPORTATO - 2014



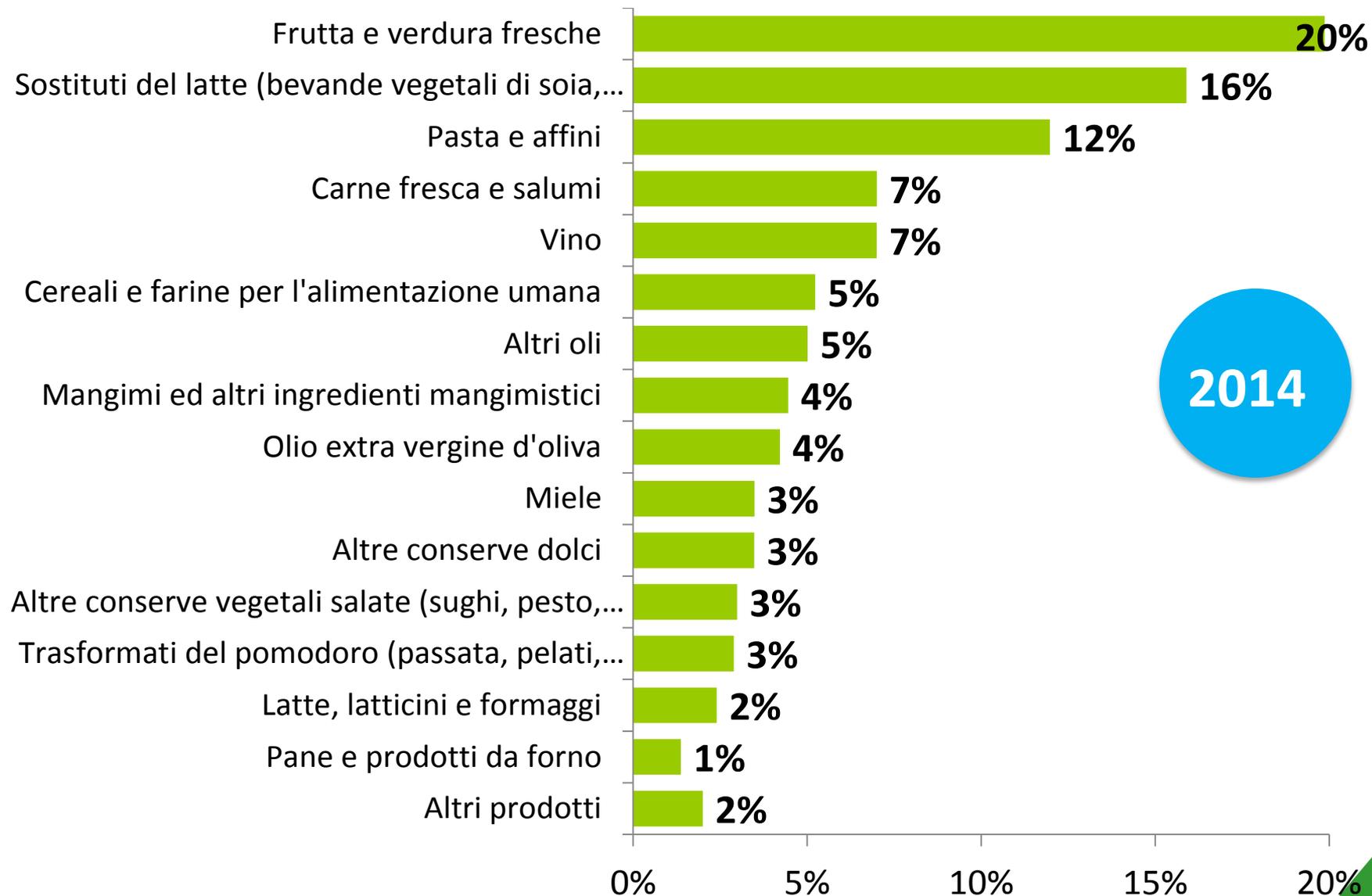
% Fatturato Export Agroalimentare BIO per tipologia di prodotto



PRODOTTI ITALIANI A MARCHIO BIO ALL'ESTERO



% Fatturato Export Agroalimentare BIO per prodotto

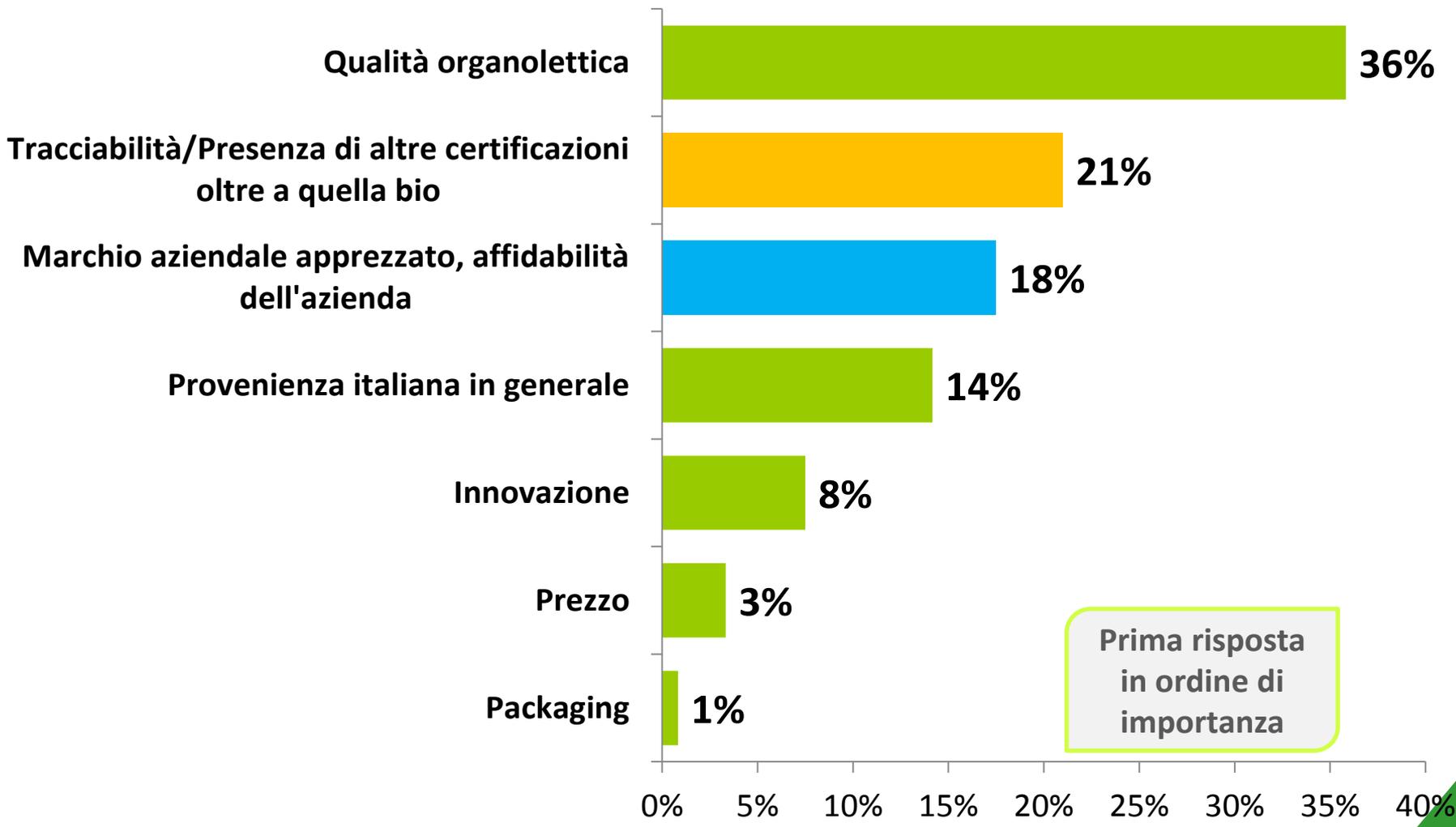


2014

PUNTI DI FORZA DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI



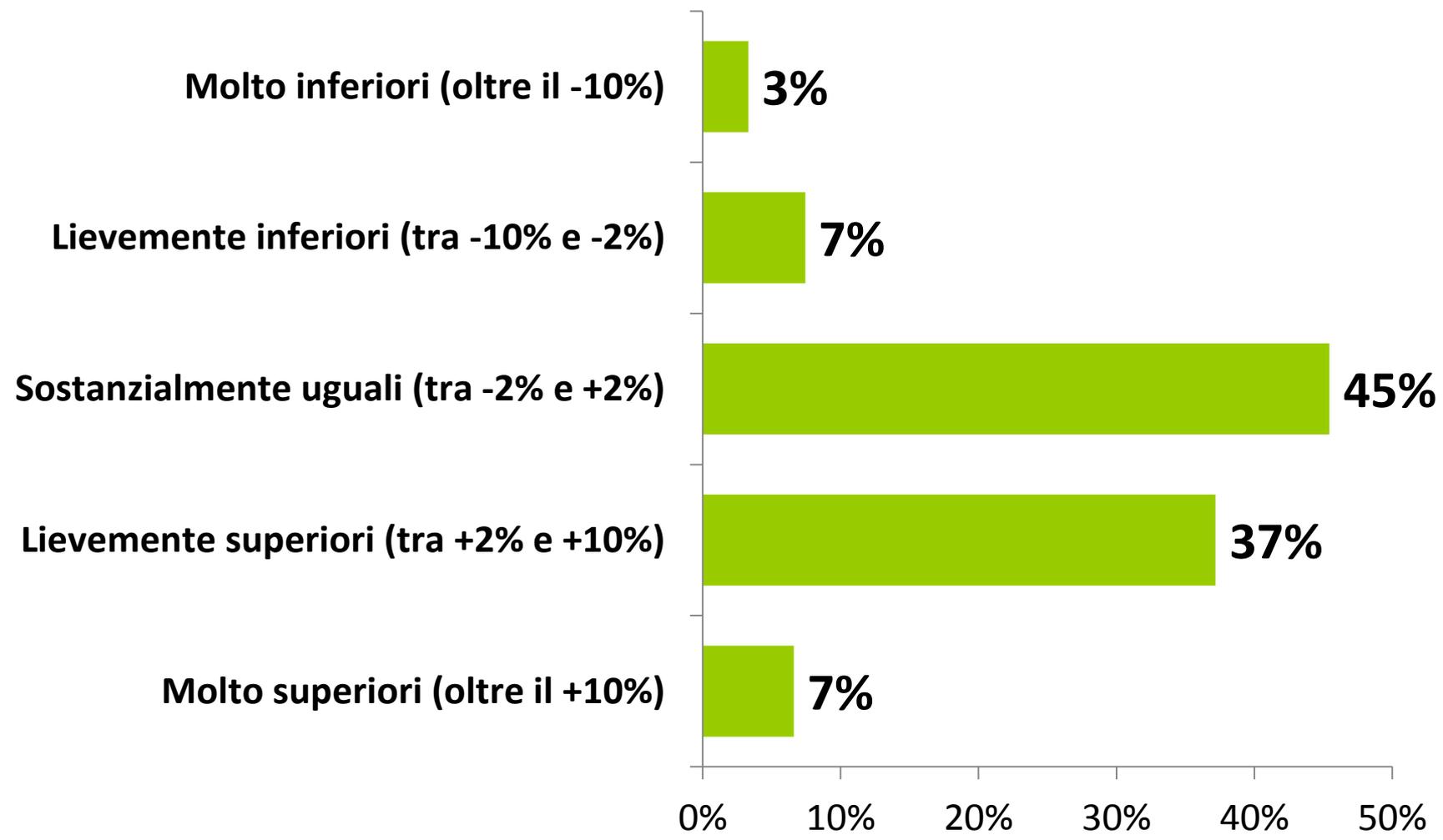
Quali sono, secondo Lei, le caratteristiche vincenti di un prodotto agroalimentare a marchio BIOLOGICO italiano sui mercati esteri?



I PREZZI DEI PRODOTTI BIO SUI MERCATI ESTERI



Rispetto ai prezzi di vendita dei prodotti biologici venduti sul mercato italiano nell'analogo canale, i prezzi di vendita dei prodotti biologici esportati sono mediamente...



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015



4



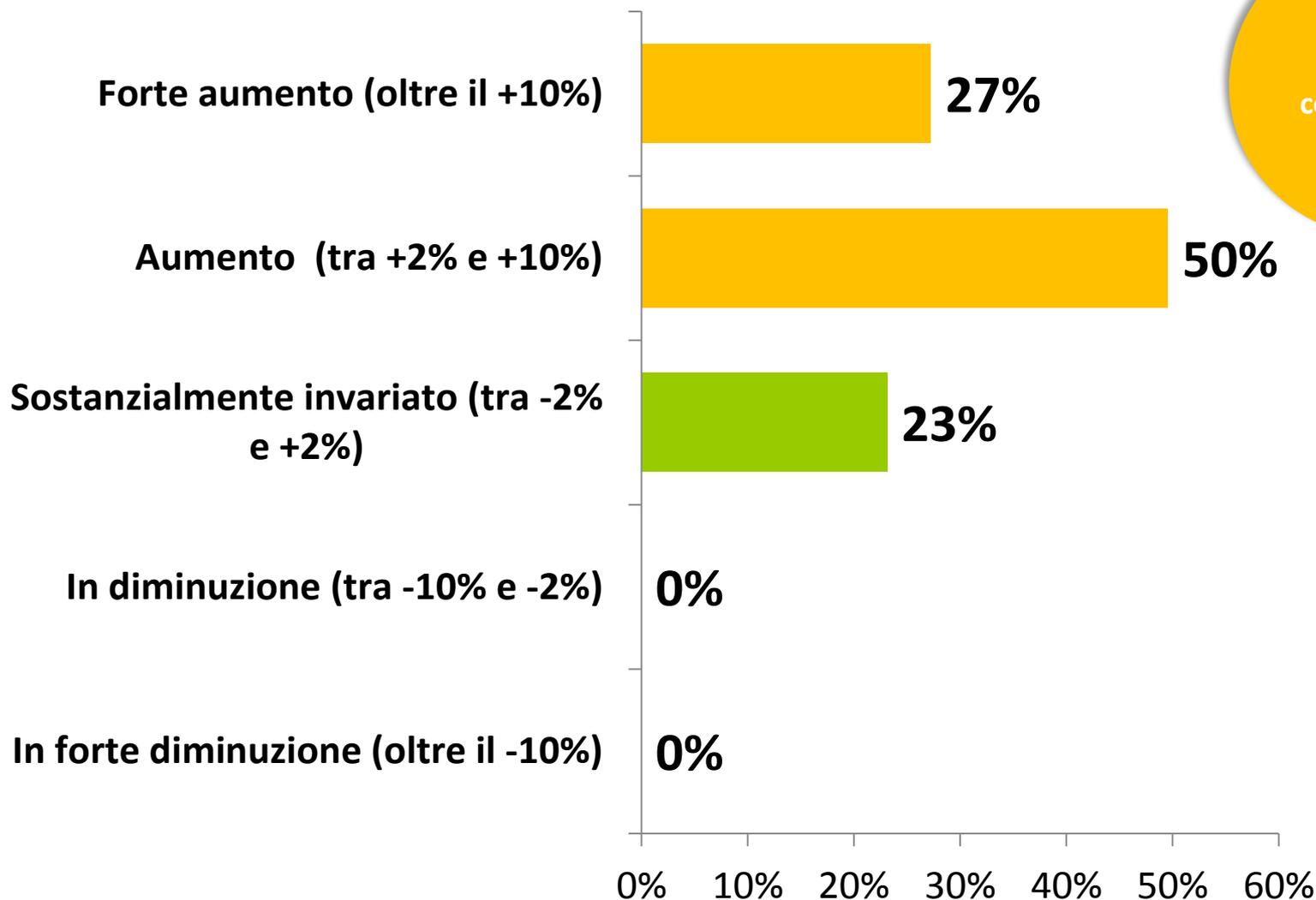
Survey Nomisma

Le prospettive delle imprese

LE ASPETTATIVE DELLE IMPRESE



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

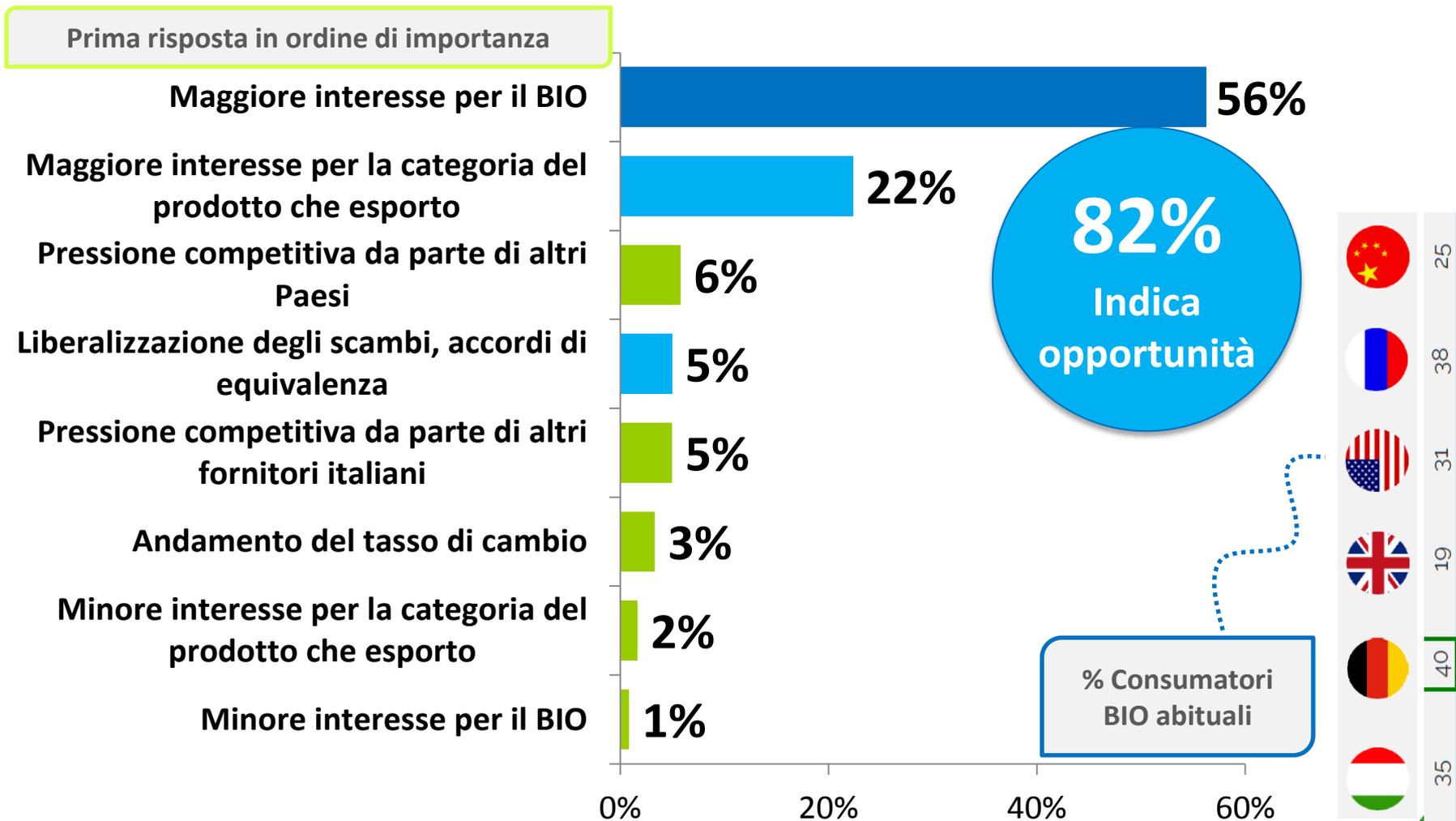


77%
Imprese con fatturato Export bio in crescita

ASPETTI CHE INFLUENZERANNO IL BIO ITALIANO ALL'ESTERO NEI PROSSIMI ANNI



Secondo Lei, quali aspetti incideranno maggiormente sull'andamento del fatturato estero di prodotti agroalimentari a marchio BIO delle aziende italiane nei prossimi 3 anni?





5

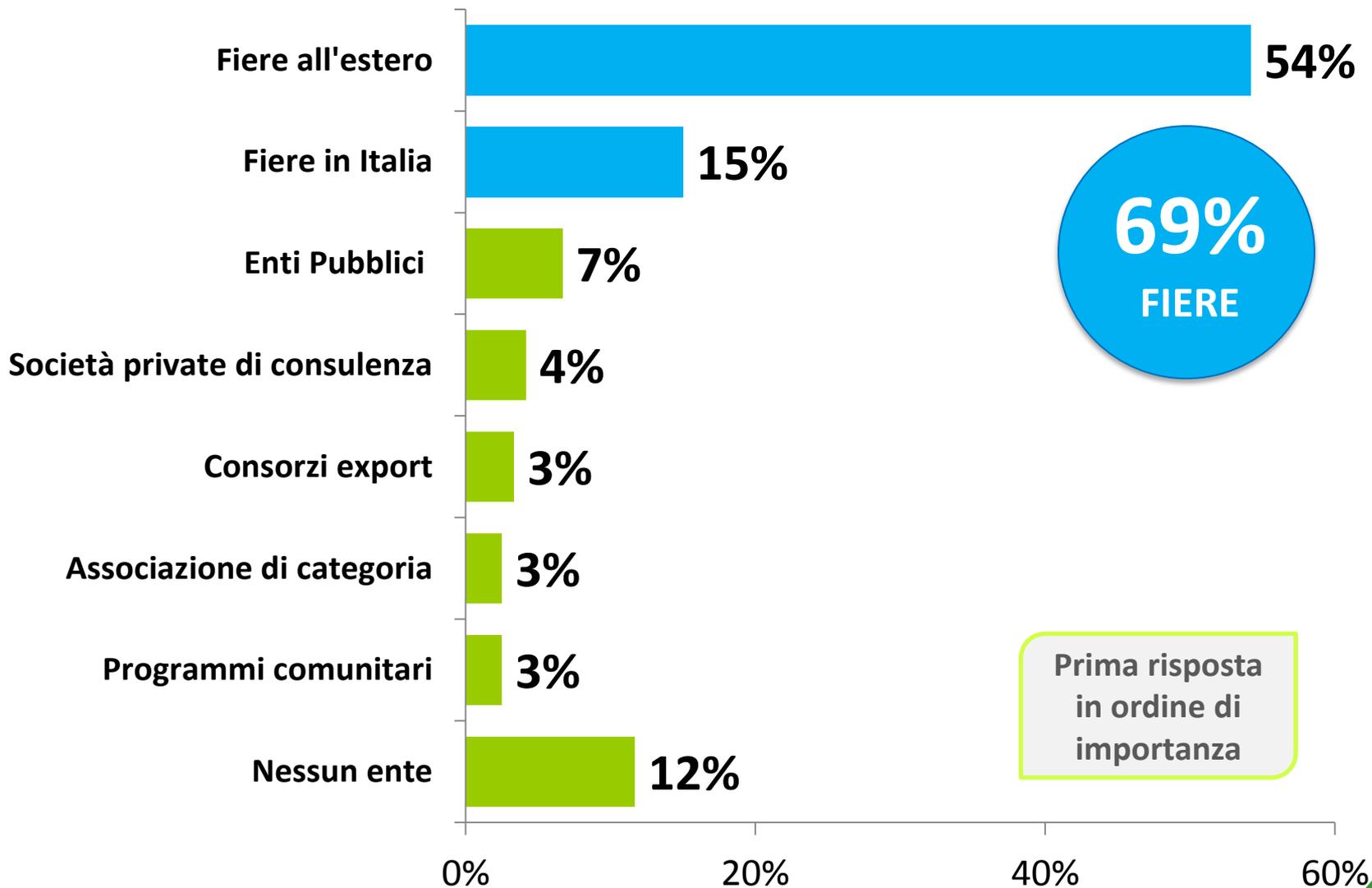


Survey Nomisma
Strumenti e politiche
promozionali a supporto
delle imprese BIO

SUPPORTO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE



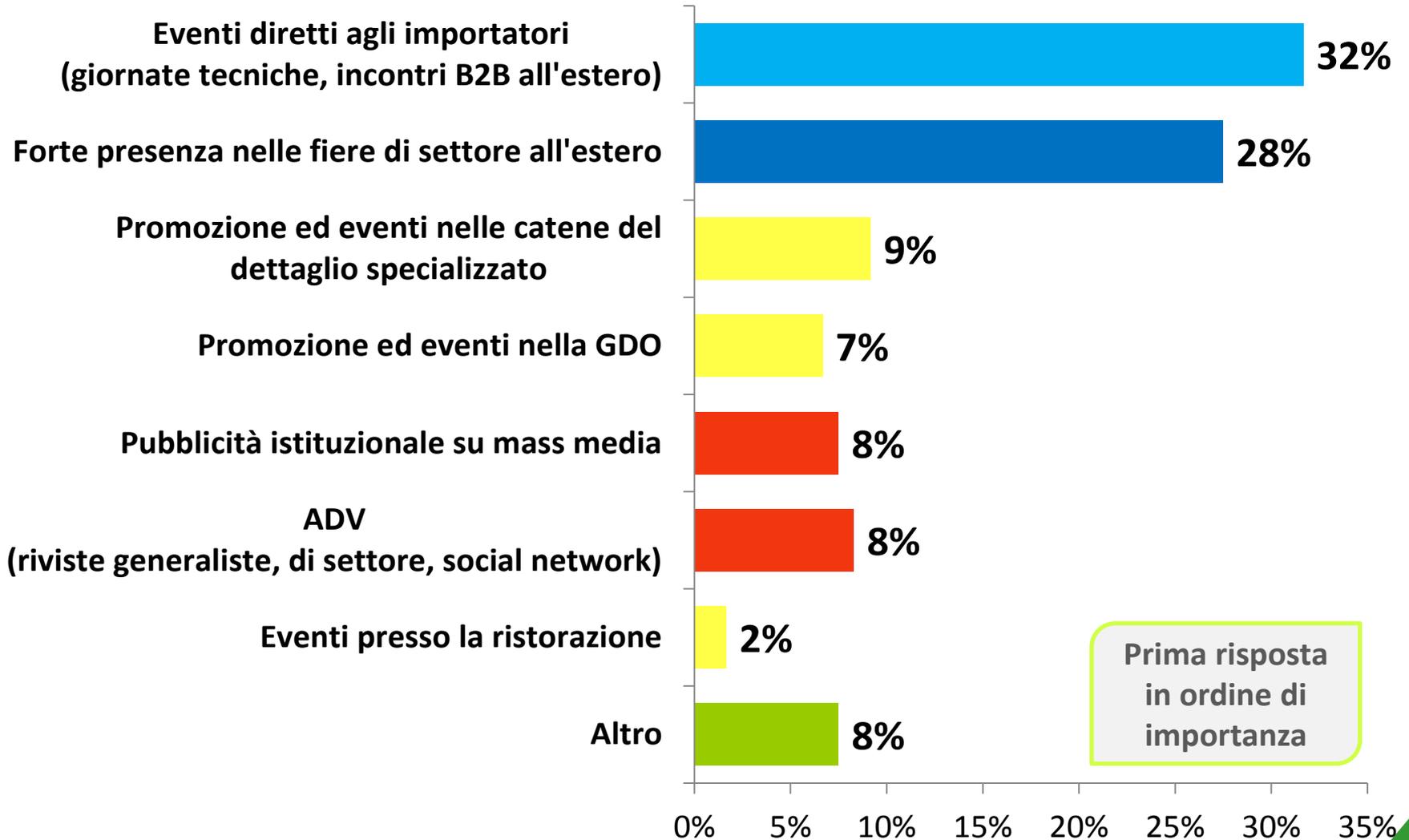
Quali enti di supporto all'internazionalizzazione hanno avuto un ruolo importante per raggiungere i mercati esteri?



COMUNICARE IL VALORE DEI PRODOTTI BIO ALL'ESTERO



Quali sono le modalità più efficaci con cui l'azienda o le istituzioni dovrebbero comunicare il valore dei prodotti biologici italiani nei mercati esteri?



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

LE POLITICHE A SUPPORTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE



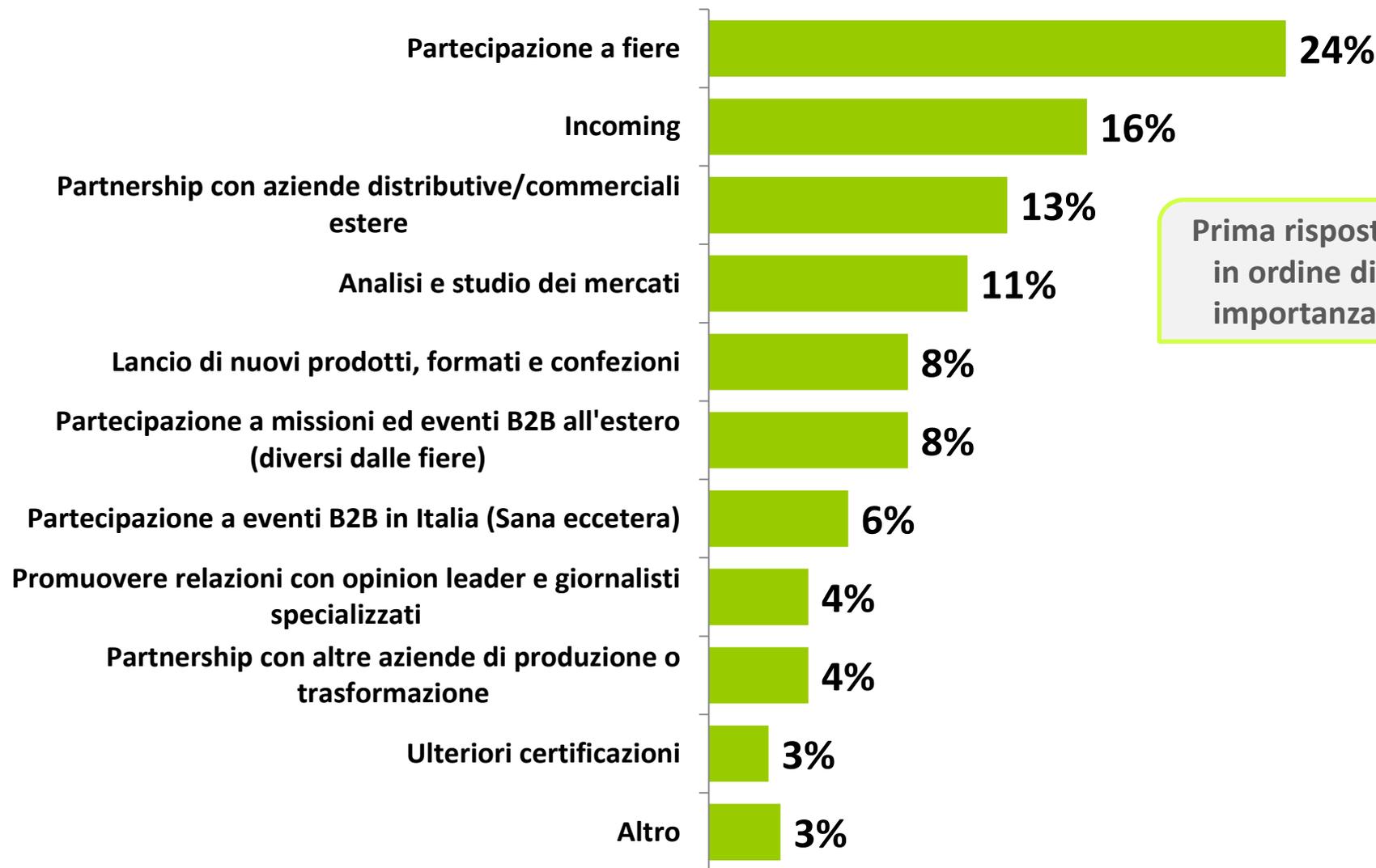
Quali sono, secondo lei, le politiche maggiormente utili alle imprese che esportano prodotti agroalimentari a marchio biologico per favorire la presenza sui mercati esteri?

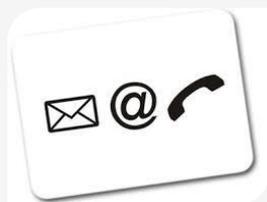


STRATEGIE DELLE IMPRESE ITALIANE BIO ALL'ESTERO



Quali sono le principali azioni che l'azienda intende attuare per accedere ad ulteriori mercati esteri o consolidare la presenza in quelli già presidiati?





Silvia ZUCCONI

COORDINATORE

UNIT AGRICOLTURA E INDUSTRIA ALIMENTARE

silvia.zucconi@nomisma.it

T. 051 6483157

M. 348.1404616