

Comunicato Stampa

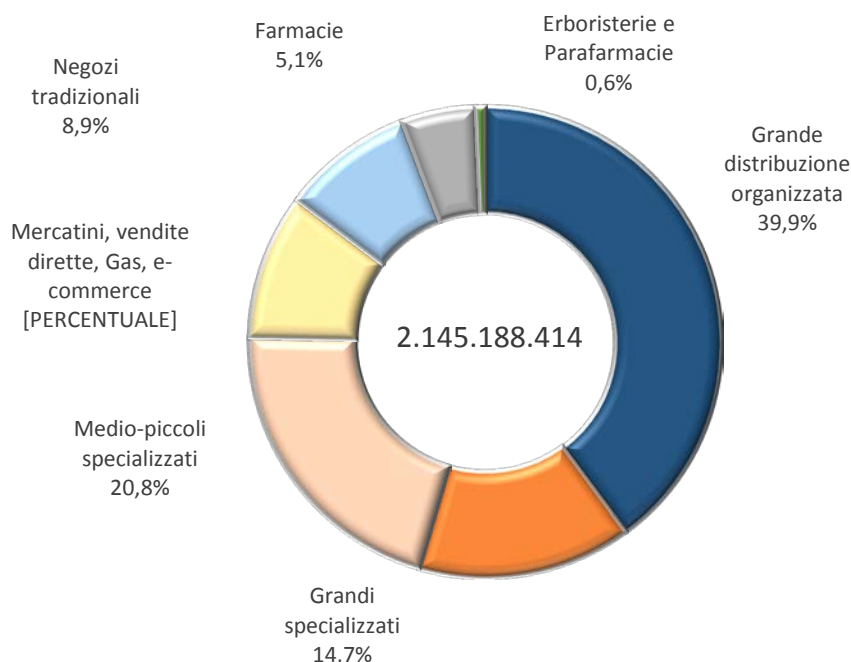
Presentato al Sana il **Rapporto Ismea BIO - RETAIL**
sul mercato al consumo dei prodotti biologici nel 2014

Per le vendite bio al dettaglio un giro d'affari di 2,1 miliardi di euro Italiani sempre più bio-addicted

Bologna, 12 settembre 2015 - Un giro d'affari al consumo superiore ai 2,1 miliardi di euro nel solo canale domestico, senza considerare quindi tutto quello che passa attraverso la ristorazione, i bar, le mense e in generale il food service. E' quanto vale il biologico in Italia (alimentare e non) secondo una recente stima di Ismea presentata oggi al Sana di Bologna nell'ambito del convegno **"Tutti i numeri del biologico italiano"** a cura di Sana, Ismea, Sinab e Nomisma.

A fare la parte da leoni sono la Distribuzione moderna (ipermercati, supermercati, discount, libero servizio) con un fatturato nel segmento di circa 855 milioni (il 40% del valore del bio-retail) e le superfici specializzate nella vendita di prodotti biologici che muovono più di 760 milioni di euro (equivalenti al 35% del totale).

Ai restanti canali le stime Ismea attribuiscono un'incidenza complessiva di quasi il 25%, rappresentata per il 10% da mercatini, vendite dirette, gruppi di acquisto solidali (Gas) e e-commerce, per l'8,9% dai negozi tradizionali e per il 5,1% dalle farmacie. Quasi trascurabile, pari allo 0,6%, la quota complessiva riconducibile ad erboristerie e parafarmacie.



Fonte Stime Ismea su dati Istat, Nielsen, Federfarma, Bio Bank, Assobio, Mise, Federdistribuzione e referenti privilegiati della distribuzione specializzata

Comunicato Stampa

I consumi di alimenti biologici presso la **Gdo**, spiega l'Ismea nel **Rapporto BIO-RETAIL**, esprimono tassi di crescita molto sostenuti, in evidente controtendenza rispetto alle vendite di prodotti alimentari convenzionali. Dopo aver chiuso il 2014 con un incremento dell'11%, gli acquisti di food bio hanno spiccato letteralmente il volo nei primi sei mesi dell'anno in corso facendo registrare un aumento in valore vicino al 20%, che allarga ulteriormente il gap con il trend dell'agroalimentare nel complesso, fermo nello stesso periodo a un +0,1%. I dati del panel Ismea Nielsen evidenziano poi un aumento diffuso in tutte le categorie di prodotto, le aree geografiche e canali della distribuzione moderna. I comparti più dinamici si confermano i derivati dei cereali (+19% nel 2014 e +28% nella prima metà del 2015) e gli ortaggi freschi e trasformati (rispettivamente +14% e +21,8%). Tra le aree geografiche spicca il ruolo del Nord (che concentra i 2/3 degli acquisti). Segue il Centro e, a distanza, il Sud, ancora residuale ma in forte crescita nel biennio in esame. Tra i diversi format della Gdo schiacciante è il peso dei super e degli Iper, che esprimono anche i tassi di crescita più elevati.

Spostandoci nello **specializzato**, Ismea stima una crescita delle vendite di prodotti bio (anche non alimentari) a un tasso medio annuo compreso tra un +12% e un +15% nell'ultimo quinquennio, che si rivela addirittura superiore di qualche punto percentuale alla pur brillante performance delle vendite nel modern trade. Presso il canale specializzato le vendite sono costituite per circa l'88% da prodotti alimentari e per il restante 12% da merceologie non food. Tra queste ultime, preponderante è il peso dei prodotti per la cura della persona (10%), mentre risulta ancora limitato il contributo dei prodotti per l'igiene della casa (1,4%) e il pet-care (0,3%).

Tra specializzato e Gdo, conclude Ismea, lo spread dei prezzi è del 10%-20%, a fonte di un plus di servizio offerto dai punti vendita specializzati come l'assortimento, l'informazione e la capacità di creare engagement anche attraverso i social network.