



31° Salone internazionale del biologico e del naturale  
31<sup>st</sup> International exhibition of organic and natural products

## OSSERVATORIO SANA 2019: Il posizionamento competitivo del Bio made in Italy sui mercati esteri

Lo stato dell'arte del mercato del Bio sarà al centro della presentazione dell'Osservatorio SANA 2019 in programma venerdì 6 settembre (alle ore 15.30 presso la Sala Notturmo); promosso da BolognaFiere e curato da Nomisma con il patrocinio di Federbio e Assobio e il sostegno di ITA, Italian Trade Agency, l'Osservatorio SANA è lo strumento che propone il monitoraggio dei numeri chiave della filiera biologica, dalla produzione fino alle dimensioni del mercato.

Attraverso un approfondimento dedicato al dimensionamento dell'export italiano dei prodotti agroalimentari biologici, l'Osservatorio SANA 2019 porrà inoltre il focus sul posizionamento competitivo del Bio Made in Italy sui mercati esteri, con un approfondimento sui mercati russo e giapponese, che saranno illustrati negli interventi di Giuseppe Russo, Responsabile Food ICE Mosca, e di Toshiko Omichi, Senior Trade Analyst dell'ufficio ICE di Tokyo, che interverranno al dibattito.

Accanto all'analisi sulla proiezione del Bio Made in Italy sui mercati internazionali, l'Osservatorio SANA 2019 presenterà anche i numeri chiave del settore Biologico in Italia e i risultati dell'indagine sul consumatore italiano che, come ogni anno, propone una mappatura dei nuovi trend di consumo sul mercato interno.

L'Osservatorio proporrà, in particolare, una analisi sui:

- numeri chiave del settore: la superficie investita, la filiera coinvolta (numero di aziende agricole e trasformatori), i consumi;
- il consumatore BIO: comportamenti di acquisto, esigenze, motivazioni

Parallelamente, l'approfondimento 2019 riguarderà le "Dimensioni e trend dell'export Bio Made in Italy"

Due gli obiettivi del focus 2019 dell'Osservatorio SANA:

- raccogliere i numeri chiave per monitorare le dimensioni dell'export italiano di prodotti agroalimentari a marchio biologico, i principali mercati di destinazione e il ruolo delle diverse categorie di prodotto esportate;
- individuare i fabbisogni delle imprese che esportano prodotti agroalimentari biologici e gli strumenti più idonei a sostenere la proiezione delle imprese sui mercati internazionali.

### L'AGROALIMENTARE A MARCHIO BIO: I TREND

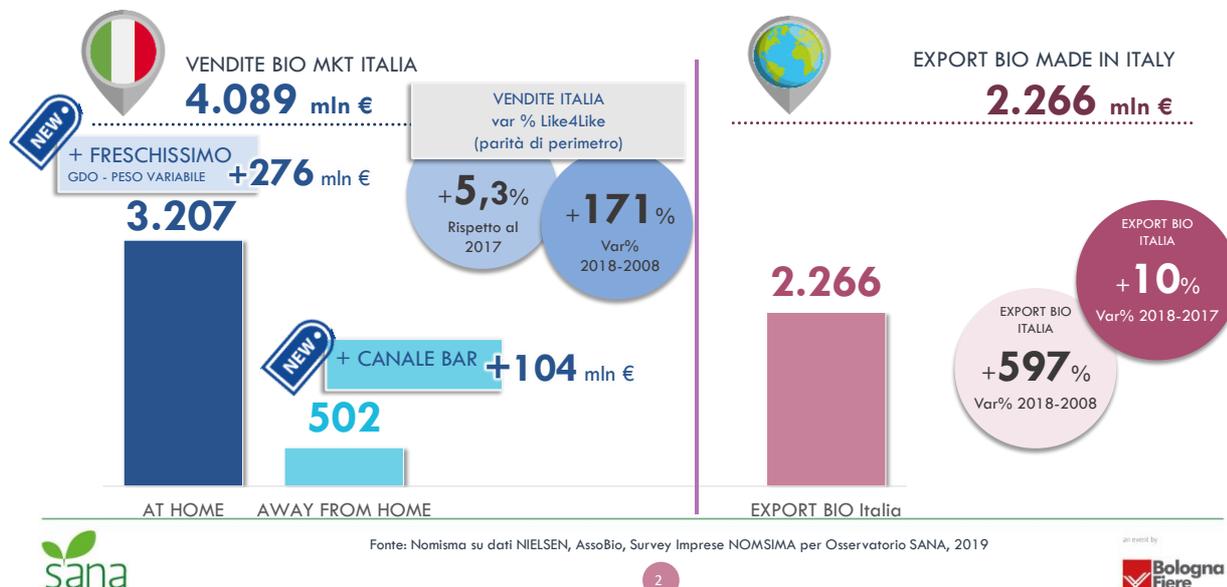
Nel 2018 le vendite di prodotti alimentari a marchio biologico in tutte le tipologie di canali (distribuzione moderna, negozi specializzati in prodotti bio, piccoli negozi di vicinato, ristorazione commerciale e collettiva, mercatini, GAS ...) hanno raggiunto complessivamente 4.089 milioni di euro, segnando un +5,3% rispetto al 2017 (a parità di perimetro sui canali di vendita analizzati) e con una crescita nell'ultimo decennio pari al 171%.



**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. - PIVA 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

## LE DIMENSIONI DEL MERCATO 2018



Fonte: Nomisma su dati NIELSEN, AssoBio, Survey Imprese NOMISMA per OSSERVATORIO SANA, 2019

### L'EXPORT BIO

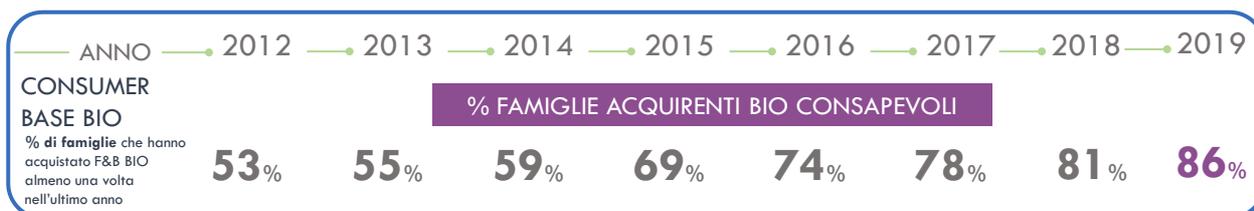
Performance positive che non si registrano solo nel mercato domestico. L'export di prodotti agroalimentari italiani bio ha sfiorato 2,3 miliardi di euro nel 2018, registrando una nuova crescita (+10% rispetto al 2017) e raggiungendo un ruolo rilevante nel paniere dei prodotti Made in Italy (5,5% sull'export agroalimentare italiano totale).

Crescita decisamente più brillante rispetto a quella registrata dall'export agroalimentare nel suo complesso che, superando quota 41 miliardi di euro nel 2018, è "avanzata" del +1,3% sull'anno precedente.

### IL BIOLOGICO NEL CARRELLO DEGLI ITALIANI

Il biologico è sempre più presente nelle case degli italiani: l'86% degli italiani ha avuto almeno una occasione di acquisto di un prodotto bio nel 2018 (solo le famiglie acquirenti nel 2012 erano il 53% del totale, + 8,4 milioni le famiglie acquirenti in soli 7 anni!) e il 51% afferma di consumare alimenti biologici almeno una volta a settimana.

GLI ITALIANI E IL BIO: Come è cambiata la domanda



Numero di famiglie che hanno acquistato F&B BIO almeno una volta nell'ultimo anno

ANNO  
2012  
**13**  
milioni

**+8,4**  
milioni

ANNO  
2019  
**21,4**  
milioni

**PESO % BIO SU  
TOT ALIMENTARI**

**0,7%**  
2000

**3,7%**  
2019  
GEN-GIU

Fonte Osservatorio SANA-NOMISMA 2019

La crescita della consumer base dimostra che il bio è un'opzione sempre più diffusa e apprezzata. Le ragioni sono principalmente salutistiche e ambientali, complice anche la crescente sensibilità nei confronti di tematiche quali la sostenibilità, la sicurezza e la salvaguardia dell'ecosistema.

Gli italiani scelgono i prodotti bio perché esprimono valori significativi per le scelte dei consumatori: il 52% acquista bio perché sono prodotti salutari/fanno bene, il 47% perché offrono maggiori garanzie di sicurezza e qualità, il 26% perché rispettano l'ambiente e inquinano meno.

Ormai i prodotti bio hanno una diffusione capillare in tutti i canali distributivi, a riprova che per il consumatore avere prodotti bio sugli scaffali dei negozi è sempre di più un pre-requisito.

Ne sono una testimonianza gli assortimenti della GDO: nel 2018 sono 4.323 le referenze bio proposte da tutte le insegne della grande distribuzione, ben +28% rispetto al solo anno precedente— con un numero medio di referenze per punto vendita che si attesta a 161 unità (Fonte: Bio Bank).

Anche la crescita delle vendite segue di pari passo: i prodotti a peso imposto venduti nella distribuzione moderna (Iper+Super+Libero Servizio Piccolo+Discount) hanno generato vendite pari a 1,658 miliardi (anno



31° Salone internazionale del biologico e del naturale  
31<sup>st</sup> International exhibition of organic and natural products

terminante Giugno 2019, fonte: Nielsen), con un incremento del +5,9% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Cresce anche il peso del bio sul carrello alimentare: oggi è pari al 3,7% (nel 2000 era 0,7% - fonte: Nielsen). Uova (98 milioni di euro, anno terminante giugno 2019, fonte: Nielsen), confetture spalmabili a base di frutta (89 milioni di euro) e gallette di riso (51 milioni di euro) sono le categorie di prodotti che trainano le vendite bio in GDO.

**Per informazioni**

Ufficio Stampa SANA

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

Communication and External Relations Manager

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

**Sito internet**

[www.sana.it](http://www.sana.it)

**Canali social**

Facebook.com/sanabologna – Twitter.com/sanafiera  
Youtube.com/BolognaFiere – Instagram.com/Sana\_fiera

Press Office BolognaFiere

Gregory Picco  
[gregory.picco@bolognafiere.it](mailto: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. - PIVA 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