

IL BIOLOGICO IN ITALIA: NEL 2025 LE VENDITE HANNO RAGGIUNTO I 6,9 MILIARDI DI EURO (+6,2%).

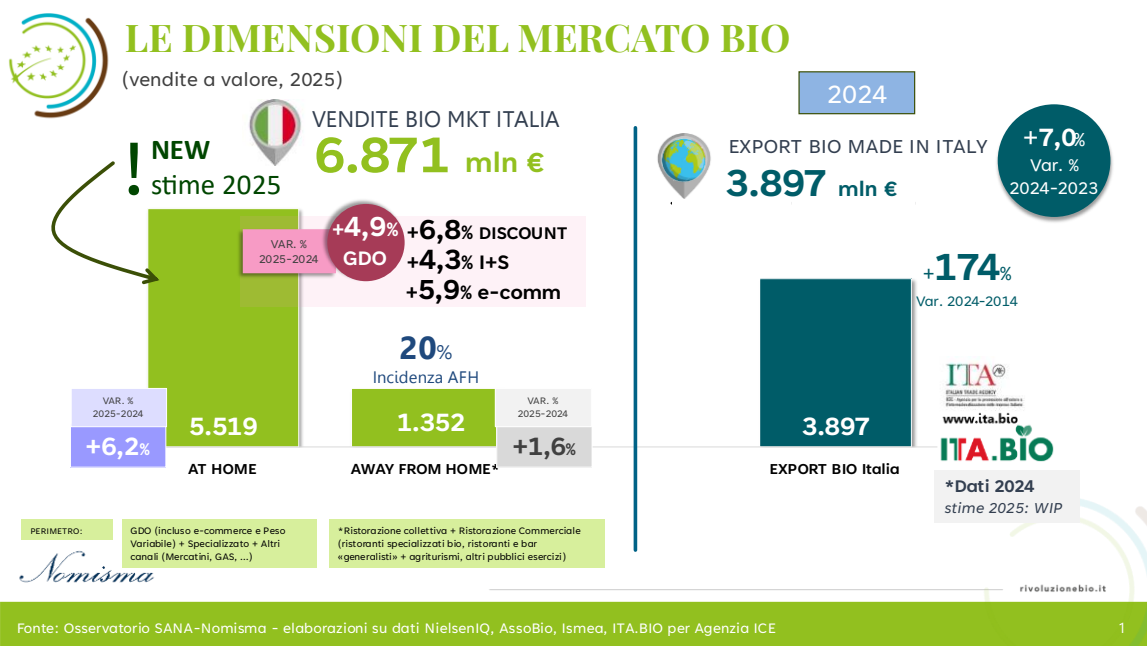
Tutti i numeri del mercato Bio presentati da Nomisma a Rivoluzione Bio 2026, la manifestazione promossa da BolognaFiere in collaborazione con FederBio e Assobio, con il supporto di ICE Agenzia e a cura di Nomisma

FOOD - RIVOLUZIONE BIO 2026

COMUNICATO STAMPA

Bologna, 23 febbraio 2026

Nel 2025 le vendite di biologico nel mercato italiano hanno raggiunto i 6,9 miliardi di euro. Tali dimensioni di mercato afferiscono prevalentemente ai consumi domestici (con una dimensione pari a 5,5 miliardi) mentre oltre 1,35 miliardi di euro sono consumi che passano per il canale fuori casa.



RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO

PROMOSSO DA



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI



A CURA DI



La Distribuzione Moderna si conferma il primo canale di acquisto di biologico, pesando per il 64% del totale delle vendite legate ai consumi domestici degli italiani. Nel 2025 le vendite di biologico nel canale si attestano a 3,5 miliardi di euro (+6,1% rispetto al 2024 - fonte: stime Nomisma su dati Nielsen IQ – dati Anno 2025 perimetro omnichannel).

Il 20% dei consumi interni passa, invece, dai negozi specializzati nel Bio, che nell'ultimo anno hanno visto un incremento del valore delle vendite del +7,5%.

Questi alcuni dei dati dell'Osservatorio SANA che Nomisma ha presentato oggi a Bologna Fiere in occasione di Rivoluzione Bio.

IL BIOLOGICO NELL'AWAY FROM HOME

Il fuori casa nel biologico rappresenta un canale strategico - non solo per il suo peso numerico (20% dei consumi) e per l'ampia consumer base (negli ultimi 12 mesi 7 italiani su 10 hanno consumato alimenti o bevande bio nel canale away from home - il 35% è frequent user) - ma anche perché offre al consumatore l'opportunità di scoprire e provare ingredienti innovativi o prodotti bio che difficilmente sceglierebbe per le preparazioni in cucina. Questo vale tanto per la ristorazione commerciale quanto per quella collettiva, entrambe fondamentali nel favorire la sperimentazione e ampliare la conoscenza del bio.

Mappatura e trend del canale fuori casa sono stati realizzati grazie all'indagine curata da Nomisma su ristoranti, bar e altre tipologie di pubblici esercizi, a cui è stata affiancata un'ampia fase di ascolto che ha visto il coinvolgimento di stakeholder di settore e principali player della ristorazione collettiva.

L'indagine evidenzia che oltre 8 ristoranti su 10 e 7 bar su 10 utilizzano ingredienti/propongono prodotti biologici, soprattutto ortofrutta, olio extra vergine di oliva, passate, latte, miele. Estremamente diffusa anche la presenza di vini bio: l'85% dei ristoratori e dei bar propongono vini biologici.

Le motivazioni legate all'inserimento del biologico sono principalmente riconducibili alla volontà di conferire al locale un posizionamento premium legato alle caratteristiche distintive di qualità del prodotto biologico (51%).

Accanto a questo driver, tra le ulteriori motivazioni il bio è visto come espressione di una scelta etica e di sostenibilità (46%), nonché di una proposta coerente con le esigenze di benessere e salute del consumatore (40%). Tra le motivazioni che spingono a introdurre prodotti biologici c'è anche la sinergia

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO

PROMOSSO DA



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI



A CURA DI



tra i diversi attori della filiera: alcuni ristoratori (38%) propongono prodotti bio proprio perché attivati dai produttori locali.

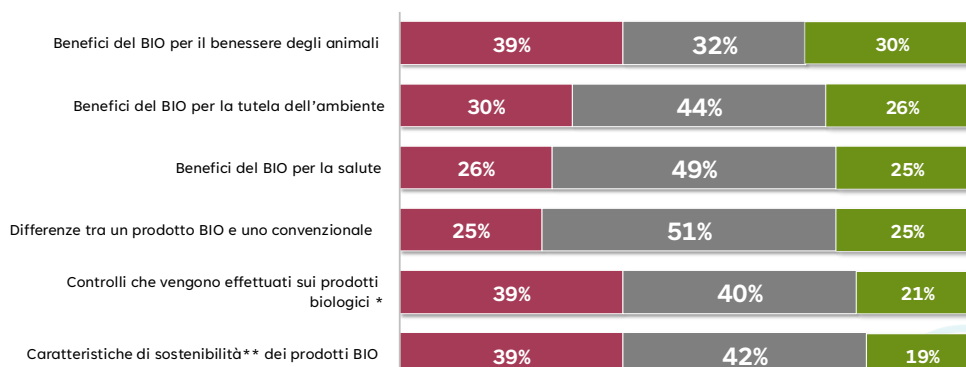
PROSPETTIVE DEL BIO NEL FUORI CASA

Una conoscenza approfondita del biologico – dai valori della certificazione alle sue distintività rispetto al convenzionale – rappresenta un fattore decisivo per rafforzarne la presenza nel canale fuori casa. Oggi, però, il 75% degli operatori non dispone di informazioni sufficienti sul metodo produttivo e sui suoi effetti su ambiente, salute e benessere animale: un gap che limita il pieno potenziale del bio e che evidenzia la necessità di maggiore formazione e comunicazione.

LA CONOSCENZA DEL BIO E I MARGINI DI CRESCITA

Ritiene di avere tutte le informazioni necessarie per valutare ognuno dei seguenti fattori specifici?

■ No, le informazioni che ho non sono sufficienti ■ Sì, ma vorrei saperne di più ■ Sì, ho tutte le informazioni necessarie



Nomisma

TARGET: % calcolate su totale campione

*ricorrenza controlli, soggetto che effettua i controlli, ...
**ambientale, sociale, economica

rivoluzionebio.it

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2026 –Survey Ristorazione

Interrogati sui trend dei prossimi anni, ristoratori e baristi concordano nel rilevare una crescente attenzione dei clienti verso la qualità degli ingredienti, la trasparenza sulle loro caratteristiche e l'impatto ambientale dei prodotti consumati.

In questo scenario, il biologico rappresenta una risposta naturale e coerente: il 26% degli operatori prevede infatti un incremento del valore degli acquisti di materie prime bio nei prossimi 2-3 anni, segno di una crescente fiducia nel suo potenziale. Parallelamente, il 28% si aspetta un minor numero di

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO

PROMOSSO DA



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI



A CURA DI



occasioni di consumo fuori casa come strategia delle famiglie per contenere la spesa, rendendo ogni uscita più selettiva e orientata verso locali esperienziali e proposte di qualità.

*“Proprio qui il biologico trova la sua piena coerenza” – dichiara **Silvia Zucconi** New Market Intelligence Director di **Nomisma**– “Le sue caratteristiche si allineano perfettamente alle nuove aspettative dei consumatori, che nel fuori casa cercano esperienze autentiche e di valore, basate su piatti semplici e poco elaborati ma capaci di soddisfare la crescente domanda di alternative adatte a diete specifiche o a stili di vita più healthy e leggere”.*

*“La collaborazione tra ICE, Rivoluzione BIO e SANA è rivolta a promuovere una componente qualificata del nostro agroalimentare: il biologico, infatti, rappresenta una scelta di valore che i mercati internazionali stanno riconoscendo – dichiara **Matteo Zoppas**, **Presidente Agenzia ICE Italian Trade & Investment Agency**. L'export di prodotti biologici italiani ha raggiunto nel 2024 i 3,9 miliardi di euro, con una crescita del 7% rispetto all'anno precedente e un incremento straordinario del 174% rispetto al 2014. Il binomio “Bio – Made in Italy” offre la possibilità di farsi percepire nei mercati chiave — per citarne alcuni, Germania, Francia, Stati Uniti — come sinonimo di qualità certificata, affidabilità e autenticità. È un capitale reputazionale costruito in anni di lavoro e che dobbiamo continuare a proteggere e valorizzare. Numeri che si rispecchiano nella crescita dell'intero comparto agroalimentare italiano che ha toccato nel 2025 il record storico di 72,4 miliardi di euro di esportazioni, con una crescita del 4,9% rispetto all'anno precedente. Un risultato frutto di una strategia condivisa tra istituzioni, imprese e filiere che vede il biologico come una componente dinamica della nostra offerta agroalimentare all'estero. In questo contesto, l'ICE, insieme al sistema paese ed in raccordo con il governo, produttori, costituisce l'infrastruttura per lo sviluppo e la promozione del Made in Italy nel mondo per imprese ed imprenditori. Per questa edizione di SANA Food abbiamo portato a Bologna una delegazione di circa 150 operatori internazionali provenienti da 31 Paesi, dall'Europa del Nord agli Stati Uniti, dalla Cina al Medio Oriente. Il lavoro di ICE, insieme a quello di tutto il Sistema Paese, s'inquadra nelle politiche del governo espresse con la Diplomazia della crescita promossa dal ministro degli Esteri Antonio Tajani e la cabina di regia cui fa parte anche il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida competente per questo settore. Un'attenzione particolare è rivolta al vino italiano come dimostra il tavolo sulla crisi attivato dal primo ministro Giorgia Meloni”.*

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO

PROMOSSO DA



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI



A CURA DI





RIVOLUZIONE BIO

edizione 2026



*“I dati dell’Osservatorio SANA fotografano un biologico in crescita e sempre più maturo, con una componente ‘fuori casa’ ormai strategica, capace di avvicinare nuovi consumatori e valorizzare la filiera ” – dichiara **Maria Grazia Mammuccini**, Presidente di **FederBio** – “Il fatto che 7 italiani su 10 abbiano consumato bio nell’away from home e che ristorazione e bar lo inseriscano sempre più spesso in menu e proposte è un segnale forte che, tuttavia, deve essere sostenuto da maggiori investimenti in formazione e comunicazione. Dall’indagine, infatti, emerge come gran parte degli operatori desiderino accrescere la propria conoscenza sui metodi produttivi e sugli effetti del bio su ambiente, salute e benessere animale. Per cogliere questo obiettivo crediamo fermamente che si debbano costruire nuove relazioni tra produttori agricoli e ristorazione fuori casa, per valorizzare filiere capaci di produrre qualità e identità dei territori, creando reti economiche e sociali fondamentali per la rigenerazione delle aree rurali”.*

*“SANA Food e Slow Wine Fair nascono per aggregare e dare voce alle molteplici anime dell’alimentazione sana e consapevole – sottolinea **Rossano Bozzi**, **Direttore Business Unit BolognaFiere** –, mettendo in relazione cibo e vino in un connubio che genera cultura, valore economico e tutela dei territori. È dentro questa visione che si inserisce l’evoluzione del biologico italiano, oggi non più una nicchia, ma un’infrastruttura economica e culturale capace di orientare l’intero sistema agroalimentare. Nel 2025, il mercato bio italiano ha sfiorato i 7 miliardi di euro di vendite, ma il vero cambio di paradigma è rappresentato dal fuori casa: uno spazio strategico dove il valore del bio prende forma nell’esperienza, nel racconto, nella relazione diretta con il consumatore. Qualità, sostenibilità, rispetto della biodiversità e innovazione diventano così leve concrete di competitività. BolognaFiere, con SANA Food e Slow Wine Fair, investe nella costruzione piattaforme di confronto, formazione e networking tra imprese, distribuzione specializzata e ristorazione, accompagnando una trasformazione strutturale della filiera. Bologna si conferma così non solo capitale dell’alimentazione sana e del vino buono, pulito e giusto, ma laboratorio europeo di un modello di sviluppo capace di unire crescita economica, cultura del cibo e responsabilità verso il futuro”.*

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO

PROMOSSO DA



IN COLLABORAZIONE CON



CON IL SUPPORTO DI



A CURA DI

