

Progetto promosso da:



Progetto realizzato da:



Progetto realizzato con il patrocinio di:



# OSSERVATORIO SANA 2015

A CURA DI NOMISMA

## L'AGROALIMENTARE BIOLOGICO ITALIANO ALL'ESTERO

La filiera biologica italiana gode di ottima salute. Tutti in numeri chiave 2014 sono in crescita: superfici, imprese, punti vendita. Ma il trend che più sorprende arriva dal mercato finale: le vendite crescono in doppia cifra sia sul mercato interno che all'estero.

A spiegare i motivi di questo ampio consenso è l'Osservatorio SANA 2015 promosso da ICE, curato da Nomisma, su incarico di BolognaFiere e in collaborazione con Federbio e Assobio.

L'Osservatorio 2015 ha come focus la misurazione **dell'export di prodotti agroalimentari italiani a marchio biologico** e la valutazione del posizionamento competitivo sui mercati esteri. Obiettivi realizzati tramite l'implementazione di una *Survey*<sup>1</sup> sulle imprese agroalimentari bio italiane.

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

La domanda "bio" cresce ininterrottamente dal 2005, sia in termini di vendite che di famiglie acquirenti. Tutto ciò a dispetto della crisi economica e della caduta del potere di acquisto delle famiglie: mentre i consumi alimentari nel complesso sono ancora deboli (-1,1% nel 2014 rispetto al 2013 e un debole +0,9% in termini tendenziali nei primi 6 mesi 2015) la domanda di prodotti a marchio bio segna una crescita brillante.

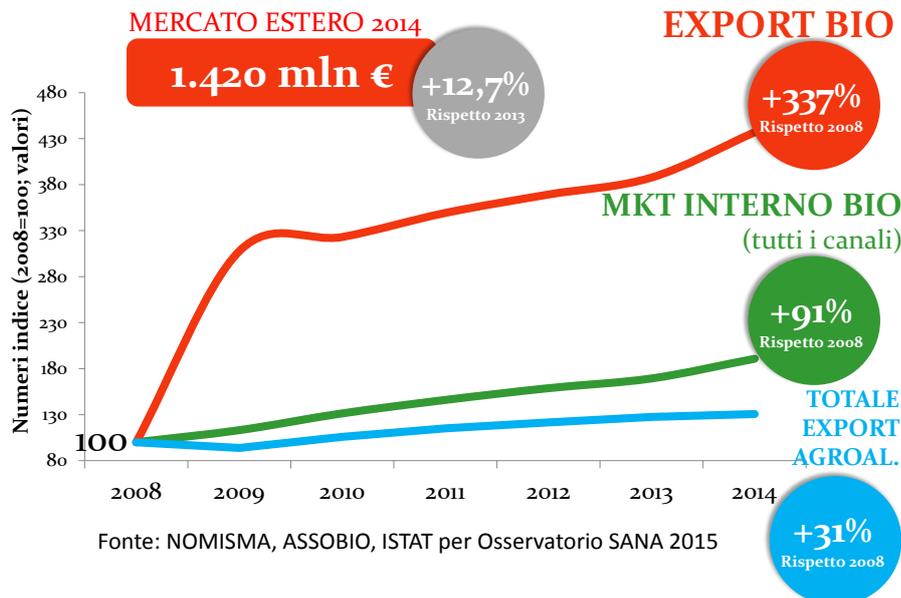
Nel 2014, le vendite complessive di prodotti alimentari a marchio biologico in tutte le tipologie di canali (sia nell'*off-trade* - gdo, pdv specializzati – che nell'*on-trade* - ristorazione) hanno raggiunto 2,5 miliardi di euro, segnando un +12,6% rispetto al 2013. Anche nel 2015 i consumi bio viaggiano col vento in poppa, soprattutto nella grande distribuzione dove le vendite a valore fanno un vero e proprio balzo (+18% la crescita tendenziale nel primo semestre 2015 per i prodotti a marchio bio a peso imposto – fonte Nielsen).

Il settore agroalimentare biologico dunque, continua a mostrare un grande potenziale, anche al di là dei confini nazionali: i risultati dell'Osservatorio Sana 2015, curato per il quarto anno consecutivo da Nomisma, indicano che anche l'export bio è in forte crescita.

---

<sup>1</sup> L'indagine Nomisma-SANA è stata condotta tra giugno e settembre 2015 ed ha coinvolto un campione di 155 imprese agroalimentari italiane con prodotti a marchio biologico, intervistate con modalità CATI/CAWI (Computer-Assisted Telephone Interviewing e Computer-Assisted Web Interviewing).

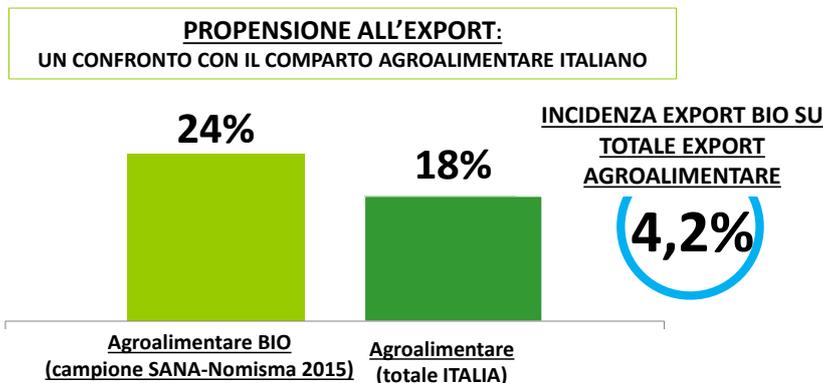
## IL MERCATO: TREND DELL'AGROALIMENTARE



Nel 2014 le vendite di prodotti agroalimentari italiani certificati bio all'estero sono state pari a 1,4 miliardi di euro (4% sull'export agroalimentare italiano totale). Forte è la propensione all'export agroalimentare delle imprese del bio: il fatturato che raggiunge i mercati internazionali rappresenta il 24% (a fronte del 18% registrato dalle imprese agroalimentari italiane nel complesso). Ciò che contraddistingue le imprese bio è anche la forte vocazione all'export: nel 2014 l'80% delle imprese del campione ha presenziato i internazionali.

### I NUMERI CHIAVE DEL CAMPIONE SANA-NOMISMA

<b>Fatturato agroalimentare BIO del campione</b> (mln €; 2014)	<b>969,4</b>
<b>Vocazione al BIO delle imprese del campione</b> (Quota fatturato BIO su totale fatturato agroalimentare; 2014)	<b>50%</b>



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

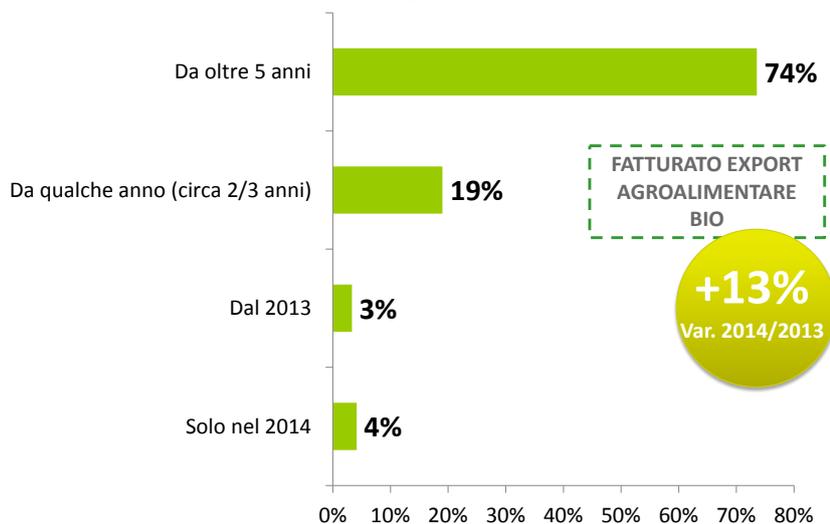
Questi sono alcuni importanti risultati dell'indagine realizzata dall'Osservatorio SANA-Nomisma che ha coinvolto un campione di 155 imprese che esprimono un fatturato agroalimentare a

marchio certificato biologico di 1 miliardo di euro (circa un quarto del fatturato della filiera biologica italiana).

Le imprese italiane del BIO hanno un'esperienza consolidata sui mercati internazionali: il 74% delle imprese esporta da oltre 5 anni, mentre un ulteriore 19% ha iniziato a vendere oltre i confini italiani da 2-3 anni. Solo l'7% ha iniziato l'attività di export più di recente.

### PRESENZA SUI MERCATI ESTERI: INIZIO DELLE ATTIVITÀ DI EXPORT

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



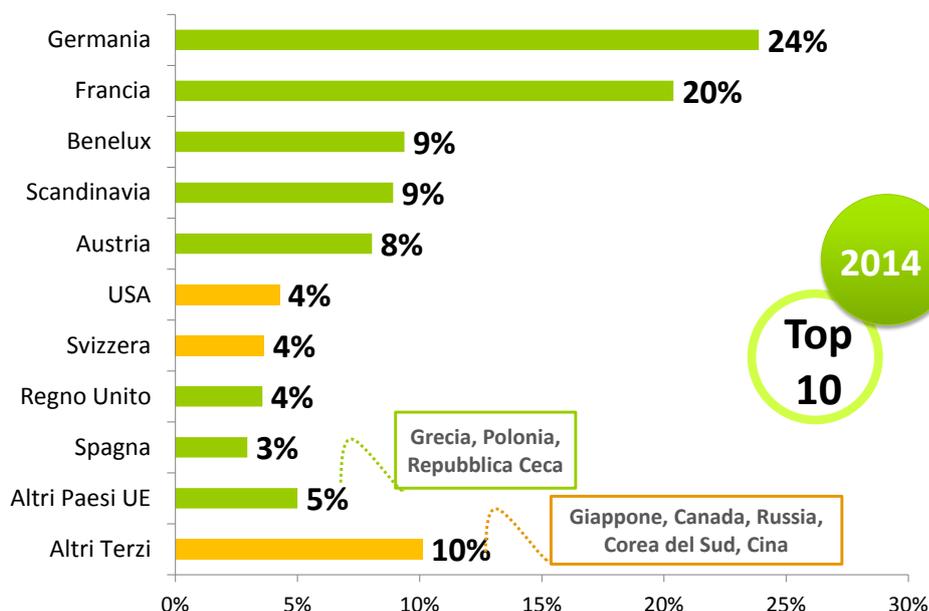
Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

### I MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO

Per quanto riguarda i principali mercati presidiati, il mercato intra-UE rappresenta il principale sbocco per l'export BIO (82%).

### MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO

% Fatturato Export Agroalimentare BIO per principali paesi di destinazione



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

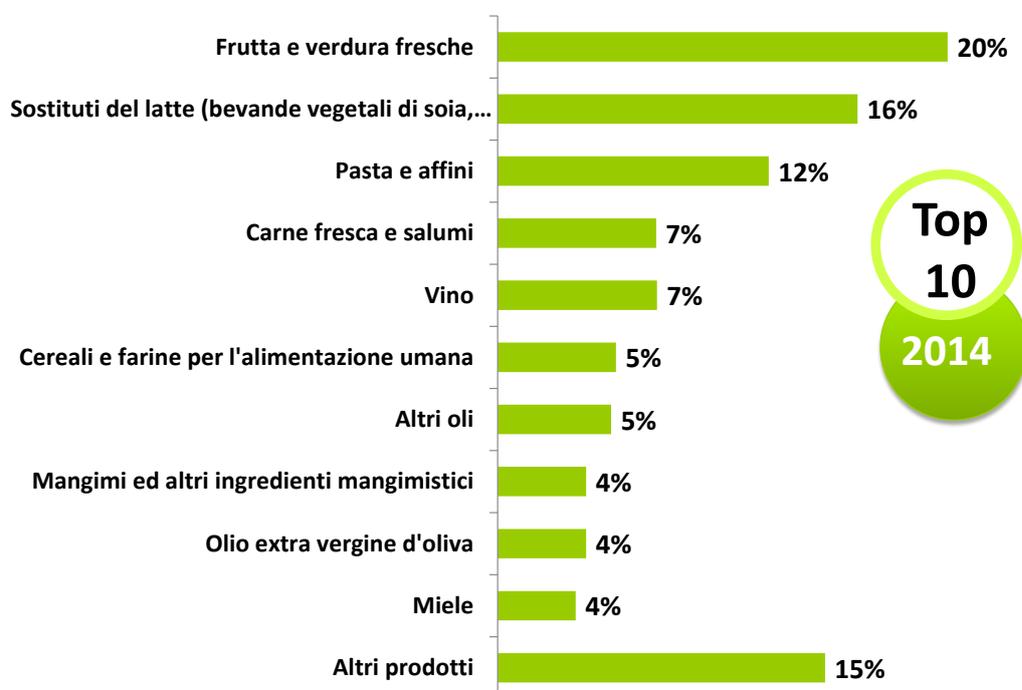
Anche per il Bio la Germania (24% sul totale del fatturato estero realizzato nel 2014) rappresenta il primo mercato per i prodotti agroalimentari bio italiani, seguita dalla Francia (20%). Altri mercati rilevanti per il bio Made in Italy sono: Belgio, Paesi Bassi e Lussemburgo (il Benelux raccoglie circa il 9% del fatturato export del campione) e la Scandinavia (con un ulteriore 9%). Tra i mercati terzi spiccano Stati Uniti (4%), Svizzera (4%), Giappone (3%) e Canada (2%).

## I PRODOTTI A MARCHIO BIO ESPORTATI

Relativamente ai principali prodotti bio esportati dalle imprese intervistate, l'ortofrutta fresca è la categoria su cui ricade il maggiore interesse da parte dei mercati esteri: il 20% dell'export agroalimentare biologico delle imprese nel 2014 è relativo a frutta e verdura a marchio bio.

### PRODOTTI ITALIANI A MARCHIO BIO ALL'ESTERO

% Fatturato Export Agroalimentare BIO per prodotto



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

L'interesse per il paniere "tipico" del *Made in Italy* è alto anche nella versione a marchio biologico: è il caso di pasta (che rappresenta il 12% del fatturato export BIO), carni fresche e trasformate (7%) – soprattutto salumi ed insaccati – e del vino (7%). Ma il bio italiano ha grande successo anche in altre categorie di prodotto, come i sostituti del latte, come le bevande vegetali a base di soia e riso, che raccolgono il 16% del fatturato estero.

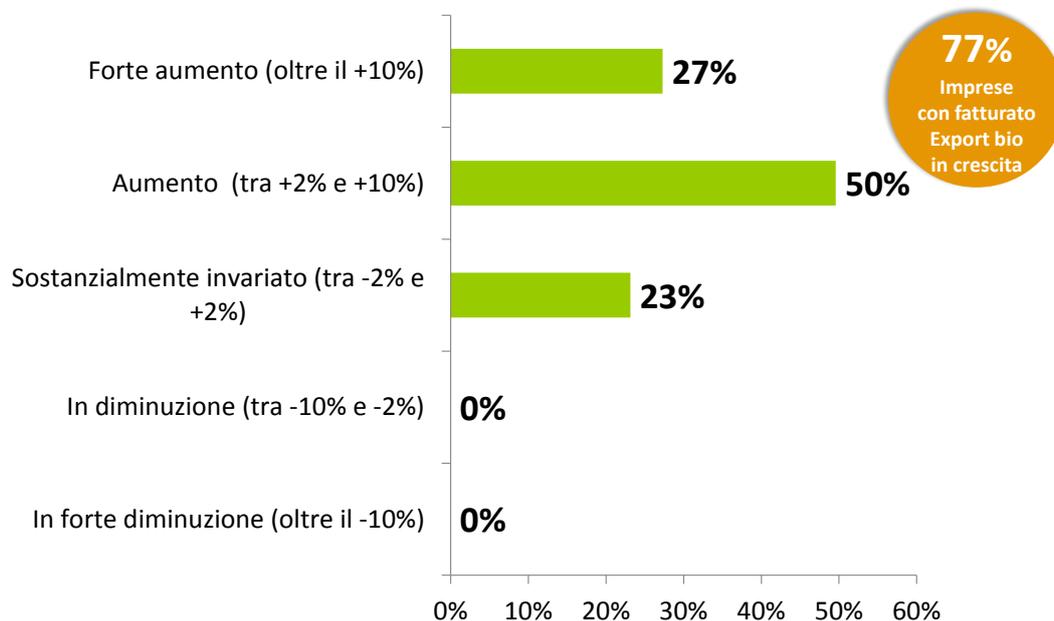
## QUALI OPPORTUNITÀ DI CRESCITA DEL BIO ITALIANO ALL'ESTERO?

C'è ancora un gran potenziale per i prodotti italiani a marchio bio sui mercati internazionali.

Lo dimostra innanzitutto le aspettative delle imprese: quasi 8 su 10 prevedono un incremento del fatturato estero a marchio biologico nei prossimi 3 anni; le restanti prevedono comunque una certa stabilità.

## 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...

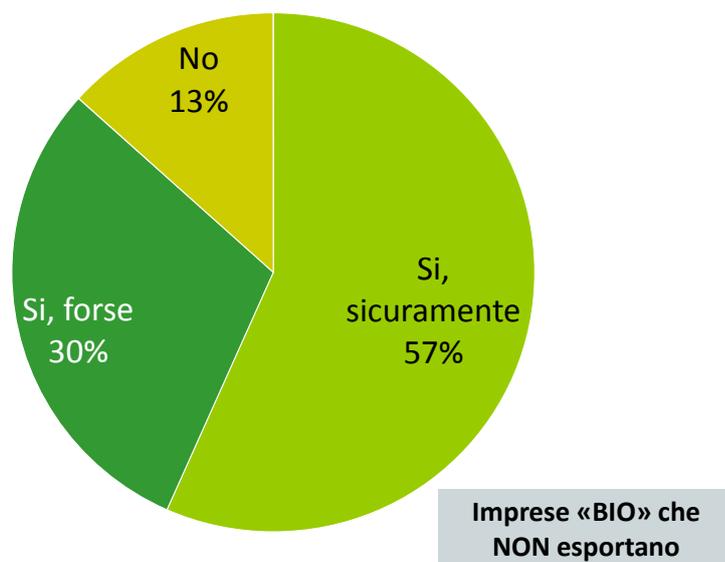


Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

Le aspettative di crescita del BIO italiano all'estero non si limitano al consenso che le nostre produzioni ottengono sui mercati esteri e al positivo clima di fiducia delle imprese *export oriented*, ma derivano anche dall'interesse verso i mercati internazionali delle imprese del BIO che oggi non esportano ancora. Il 57% di chi non esporta dichiara di aver un forte interesse ad intraprendere la strada dei mercati internazionali nel prossimo futuro.

## INTERESSE PER I MERCATI INTERNAZIONALI TRA LE IMPRESE DEL BIO CHE OGGI NON ESPORTANO

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



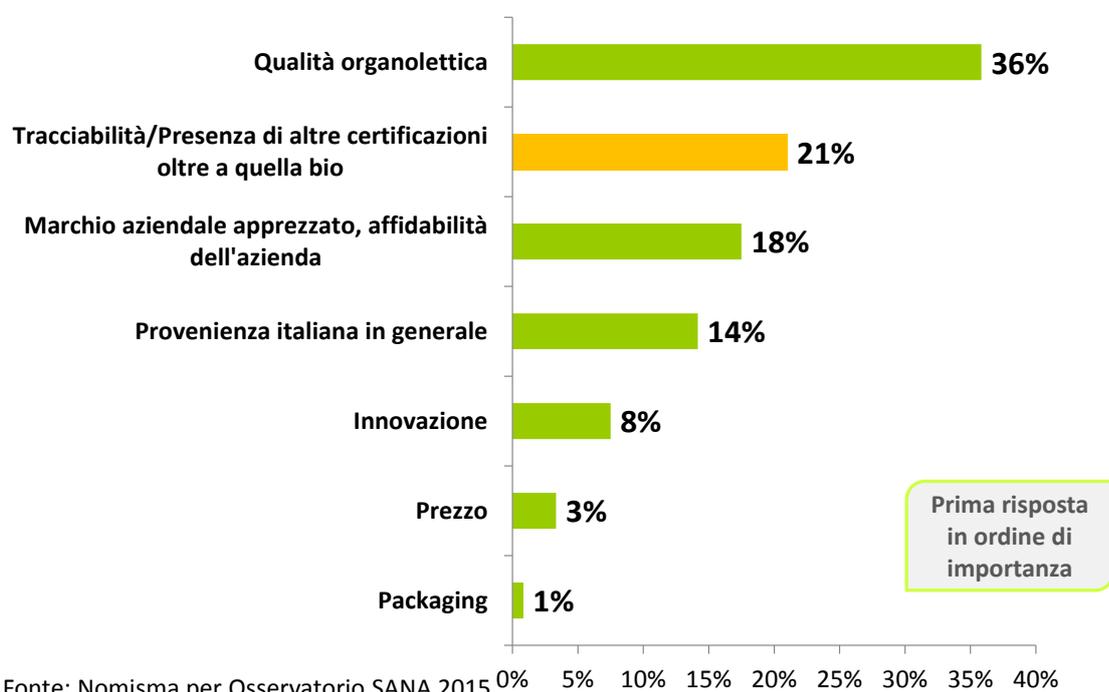
Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015

## I PUNTI DI FORZA DEL BIO ITALIANO ALL'ESTERO

Quali sono i motivi del bio italiano all'estero? Innanzitutto la qualità (36% delle imprese la indica come primo punto di forza) e il generale apprezzamento riconosciuto al *Made in Italy* nel mondo (14%). Ma non solo: la capacità di offrire garanzie aggiuntive oltre al marchio BIO (tracciabilità, schemi di certificazione ulteriori quali GOST, BRF, IFS, Kosher...) rappresenta il fattore di forza principale per il 21% delle imprese. La reputazione associata ai *brand* delle nostre aziende è l'altro elemento di valorizzazione dei prodotti bio italiani (18%).

## 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?



---

### Ufficio Stampa SANA

Silvia Pessini  
Tel. +39.02.87188020

### Ufficio Stampa BolognaFiere

Gregory Picco  
Tel. +39.051.282862/2443

### NOMISMA SPA

Silvia ZUCCONI  
COORDINATORE AREA AGRICOLTURA E INDUSTRIA ALIMENTARE  
348 1404616 - silvia.zucconi@nomisma.it