



Nomisma

IL MERCATO ITALIANO DEI PRODOTTI BIOLOGICI



Nomisma



I NUMERI DEL BIO NEL MKT ITALIA

3.466 mln €

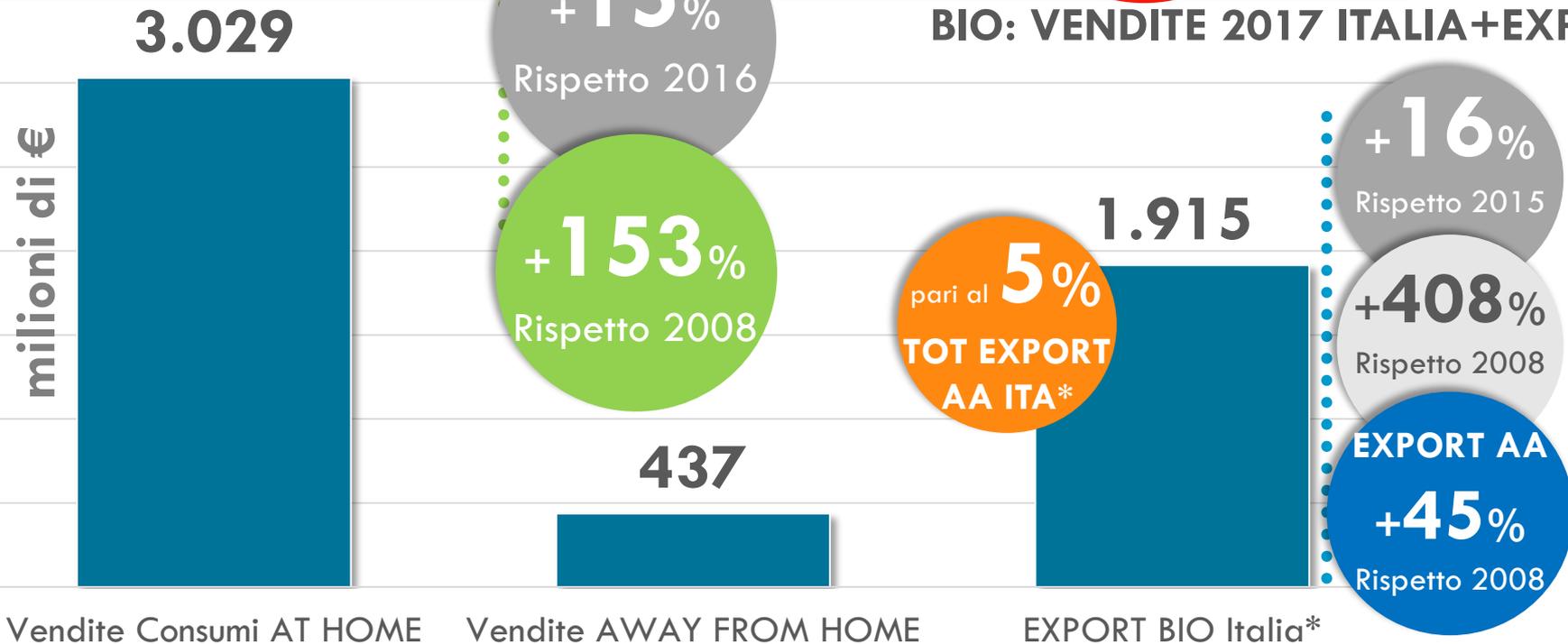
VENDITE BIO MKT DOMESTICO
(tutti i canali)

+9%
Rispetto 2016
+218%
2008

2008
1.695 mln €

5.381 mln €

BIO: VENDITE 2017 ITALIA+EXPORT*



Vendite Consumi AT HOME

Vendite AWAY FROM HOME

EXPORT BIO Italia*

* Dati al 2016

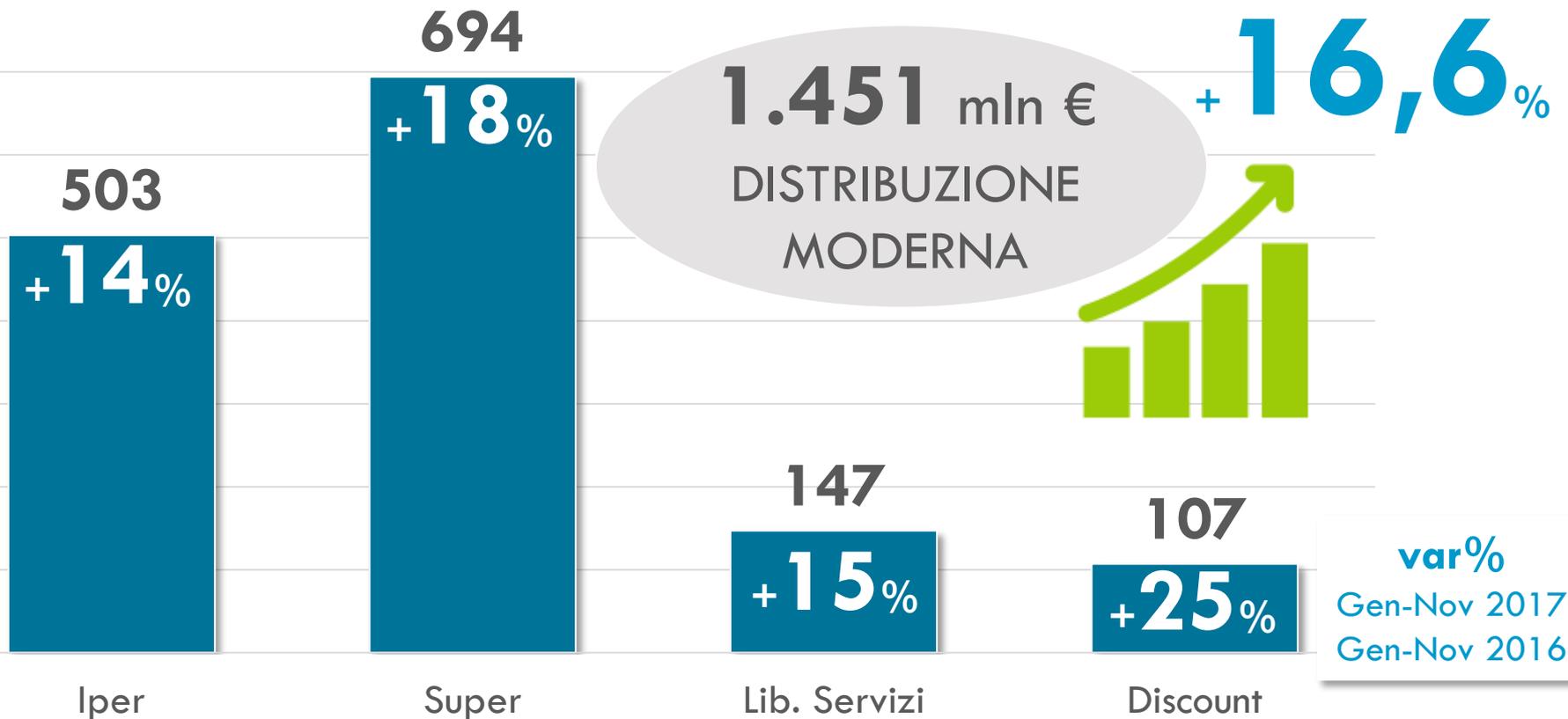
Fonte: NOMISMA (export-AT HOME), NIELSEN (AT HOME), ASSO BIO (AWAY FROM HOME), ICE-Agenzia

PRESSIONE PROMOZIONALE IPER+SUPER

Totale Food&Beverage: MEDIA 31,5%

Biologico: MEDIA 21%

Mln €



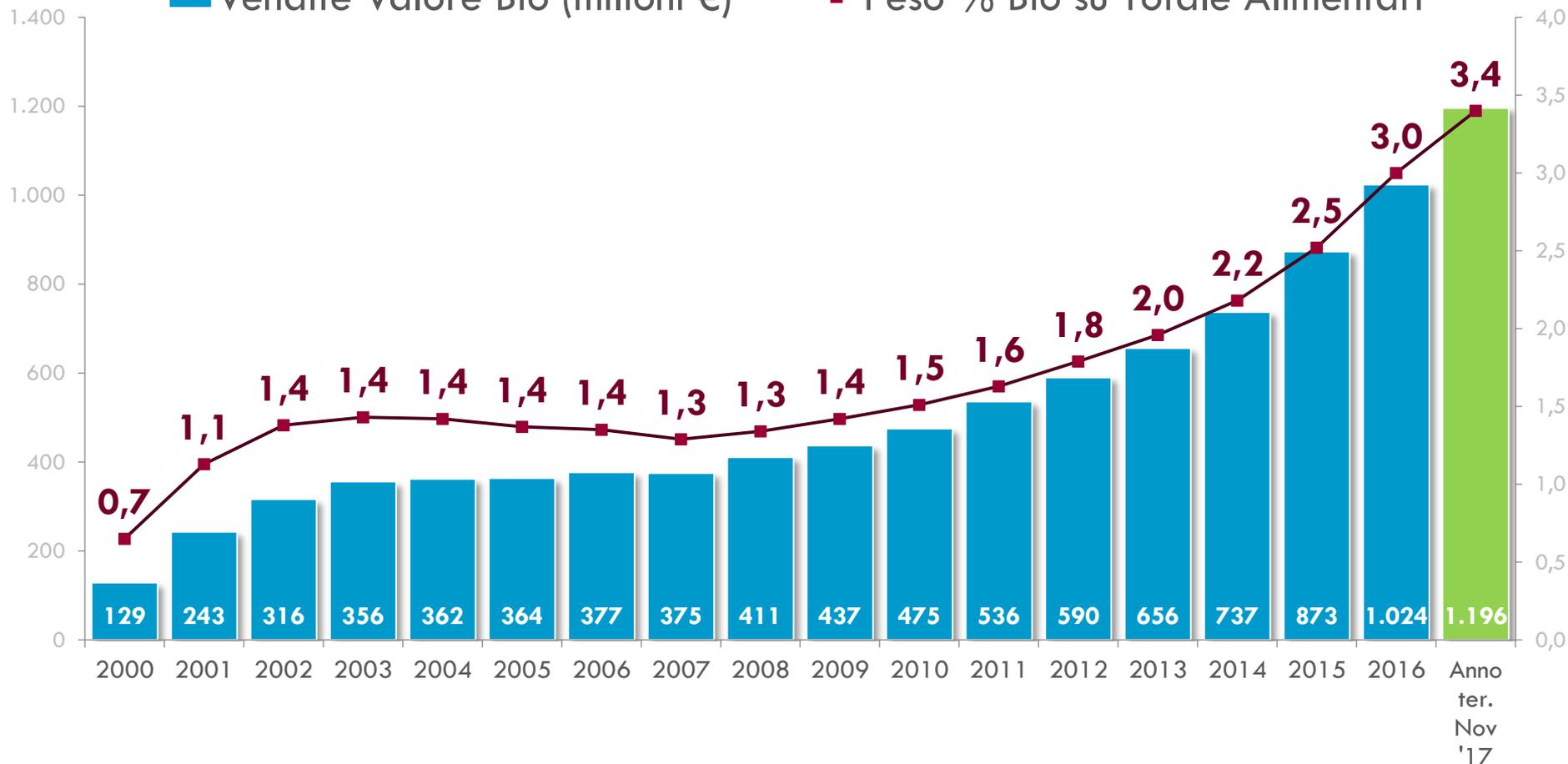
Fonte: Nomisma su dati Nielsen

QUANTO PESA IL BIO SUGLI ACQUISTI ALIMENTARI?

Iper + Super – Anno term. Novembre 2017

■ Vendite Valore Bio (milioni €)

■ Peso % Bio su Totale Alimentari



Fonte: Nomisma su dati Nielsen

VENDITE E TREND DELLE PRINCIPALI CATEGORIE BIO

Iper + Super – Anno term. Novembre 2017

Rank	Prodotto (tra parentesi le categorie principali)	Vendite Valore (Mln €)	Trend %	Peso % Bio su categoria
1	CONFETTURE e SPALMABILI BASE FRUTTA	82,10	9,0	36,7%
2	UOVA di GALLINA	77,19	14,8	17,7%
3	PANETTI CROCCANTI (gallette, ...)	74,04	9,0	31,9%
4	SOSTITUTIVI del LATTE UHT	45,37	5,9	34,2%
5	PASTA di SEMOLA INTEGRALE/FARRO/KAMUT	38,76	8,5	55,3%
6	OLIO EXTRAVERGINE OLIVA	33,93	38,1	5,5%
7	LATTE FRESCO	33,39	12,3	6,9%
8	FRUTTA SECCA SENZA GUSCIO	29,81	26,3	10,6%
9	BISCOTTI	27,50	0,4	3,2%
10	YOGURT INTERO	27,02	21,5	7,6%
11	FRESCO ALTRI PIATTI PRONTI	25,92	-4,2	7,7%
12	VERDURA IV GAMMA	25,58	32,0	4,4%
13	CEREALI PRIMA COLAZIONE	20,82	27,3	8,3%
14	FARINE/MISCELE	18,75	-2,2	11,1%
15	CREME SPALMABILI DOLCI	18,67	15,8	7,4%

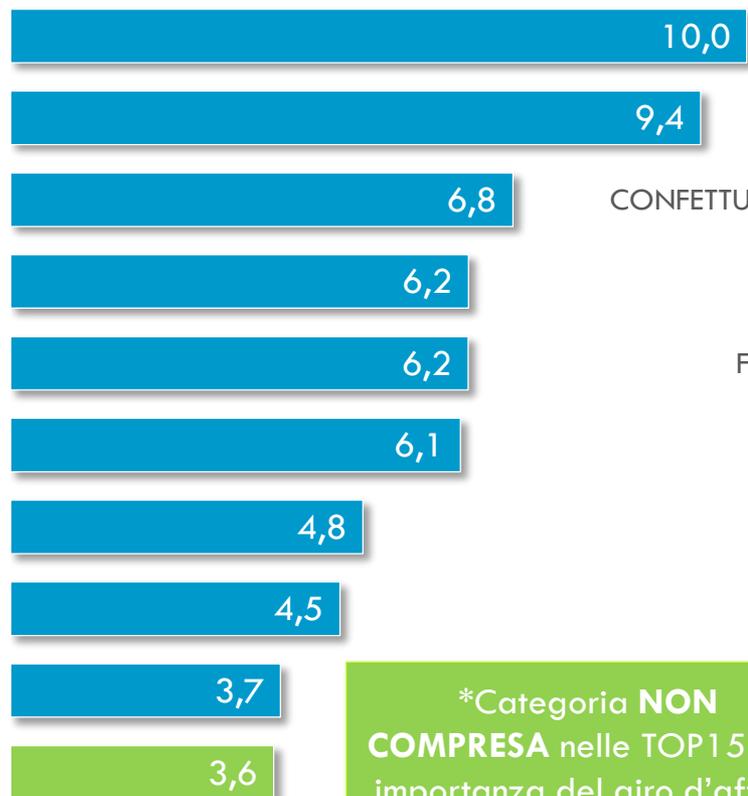
Fonte: Nomisma su dati Nielsen

TOP 10 CATEGORIE PER CRESCITA FATTURATO 2017-2016

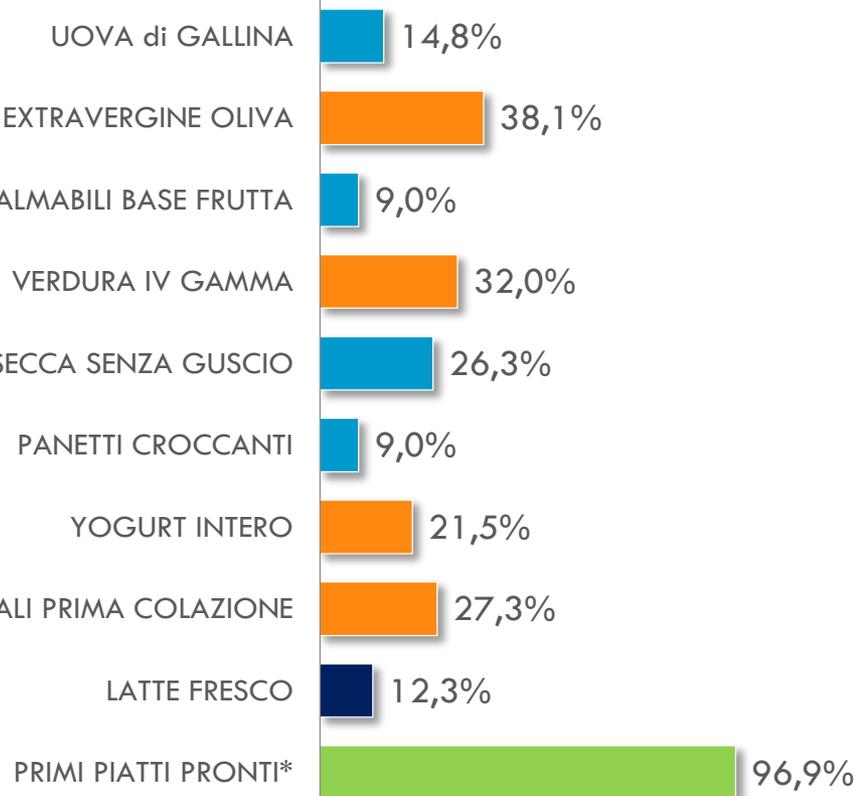
Iper + Super – Anno term. Novembre 2017

Fonte: Nomisma su dati Nielsen

INCREMENTO VENDITE A VALORE (Mln €)



Var% VENDITE A VALORE



TOP15 REFERENZE BIO PER CRESCITA FATTURATO 2017-2016

Iper + Super – Anno term. Novembre 2017

5 referenze categoria **LATTE (alta digeribilità, Intero, ...)**

3 referenze categoria **ORTOFRUTTA**

2 referenze categoria **UOVA** →

Tutte in
PRIVATE LABEL

2 referenze categoria **OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA**

1 referenza categoria **PANETTI CROCCANTI**

1 referenza categoria **CREME DOLCI SPALMABILI**

1 referenza categoria **TONNO**

7/15

referenze **MDD**

Fonte: Nomisma su dati Nielsen



Nomisma

2



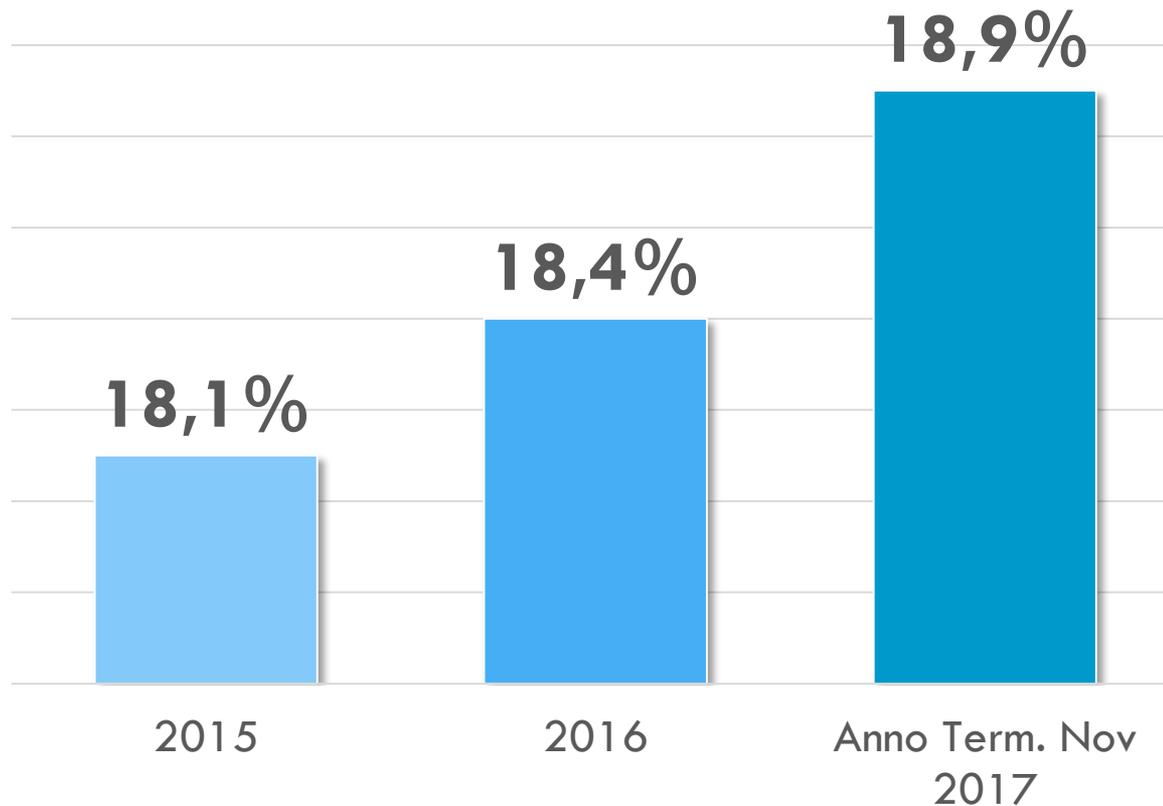
**BIO & MARCA DEL
DISTRIBUTORE**

MARCA DEL DISTRIBUTORE NEL LCC/1

Iper + Super + Liberi Servizi

FOOD - Quota di mercato MDD

medio referenze MDD



Fonte: Nomisma su dati Nielsen

MARCA DEL DISTRIBUTORE NEL BIO

Iper + Super – Anno term. Novembre 2017

VENDITE A VALORE

Var% VENDITE A VALORE

Totale **BIO**

1.196

+16%

BIO
Altri
marchi

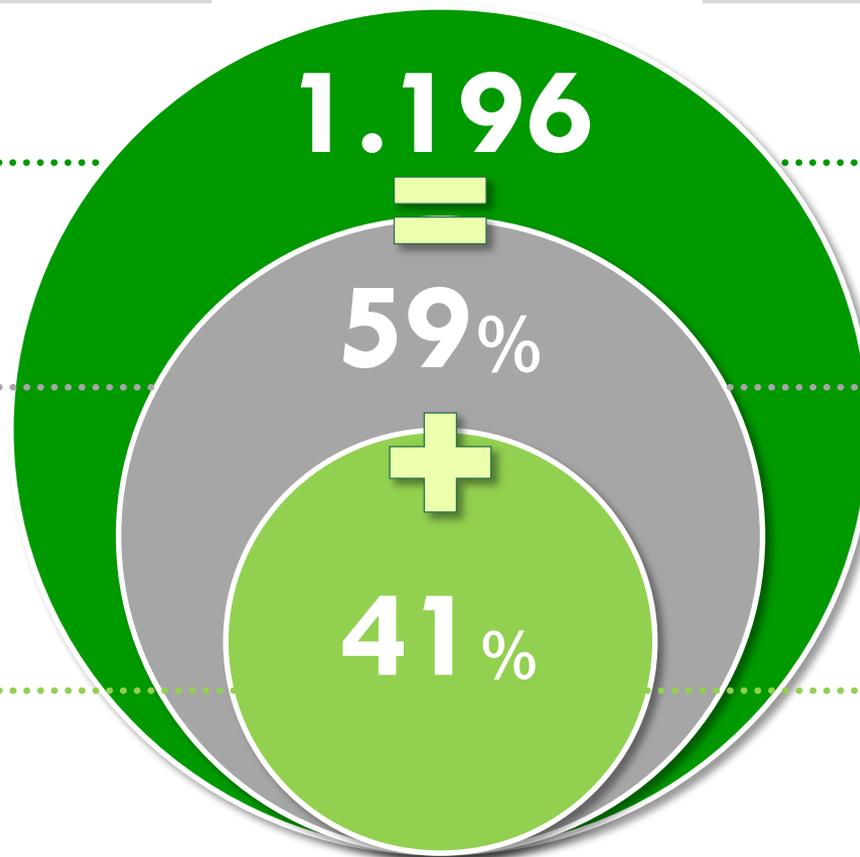
59%

+15%

BIO
MDD

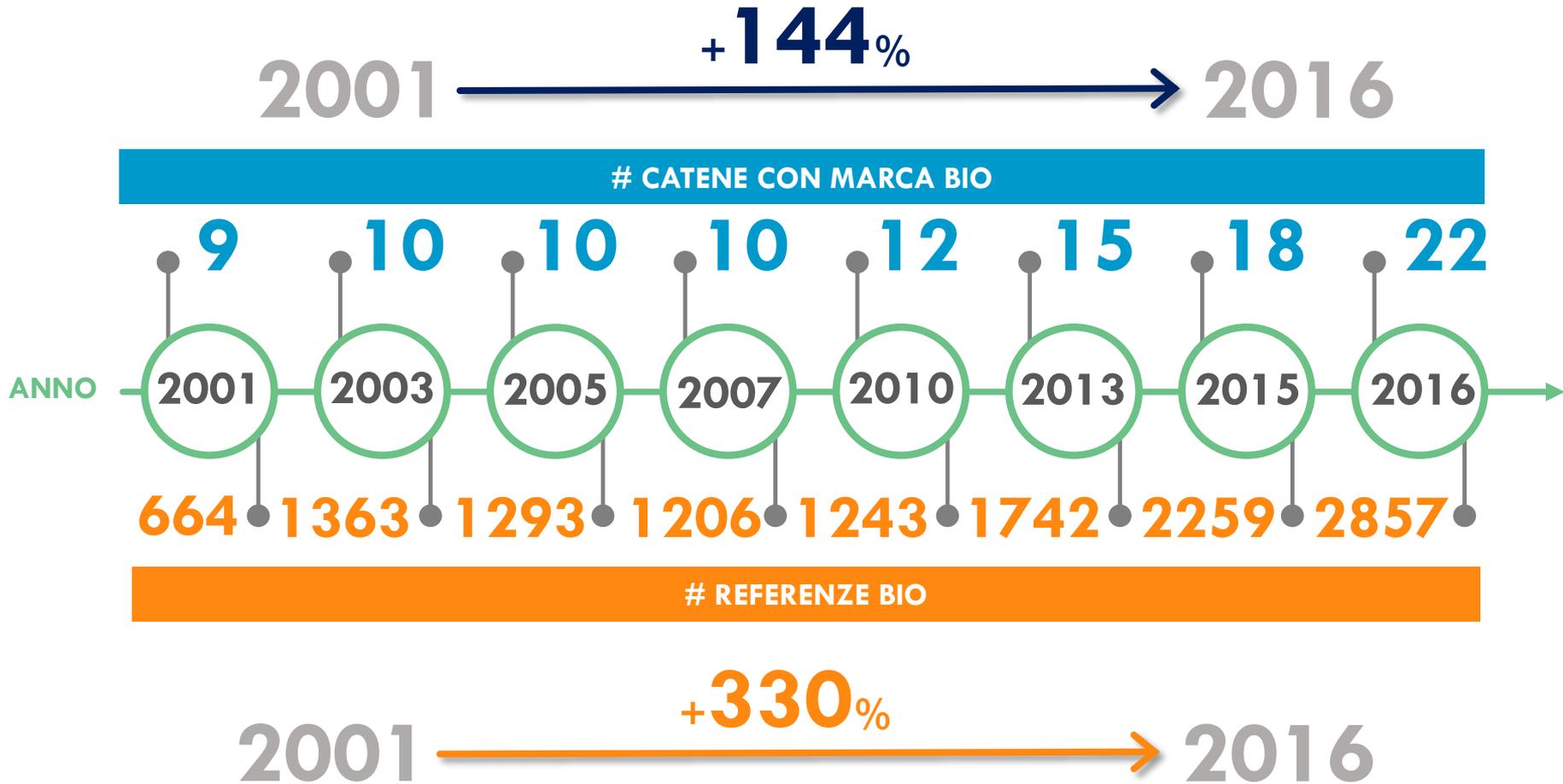
41%

+17%



Fonte: Nomisma su dati Nielsen

TREND CATENE & REFERENZE A MARCHIO BIO



Fonte: Nomisma su dati BioBank 2017



Nomisma



CONSUMER SURVEY ITALIA

NUOVI DRIVER DI SCELTA DEL CONSUMATORE

% di responsabili acquisto che ritengono **molto importante**

VALORI

75%

Ingredienti 100% italiani

54%

**Marca del produttore
nota/conosciuta**

47%

Biologici

46%

Facili da preparare

36%

Marca del supermercato

26%

Ingredienti 100% vegetali

Benefici per la salute

58%

Eco-friendly

39%

Semplicità

31%

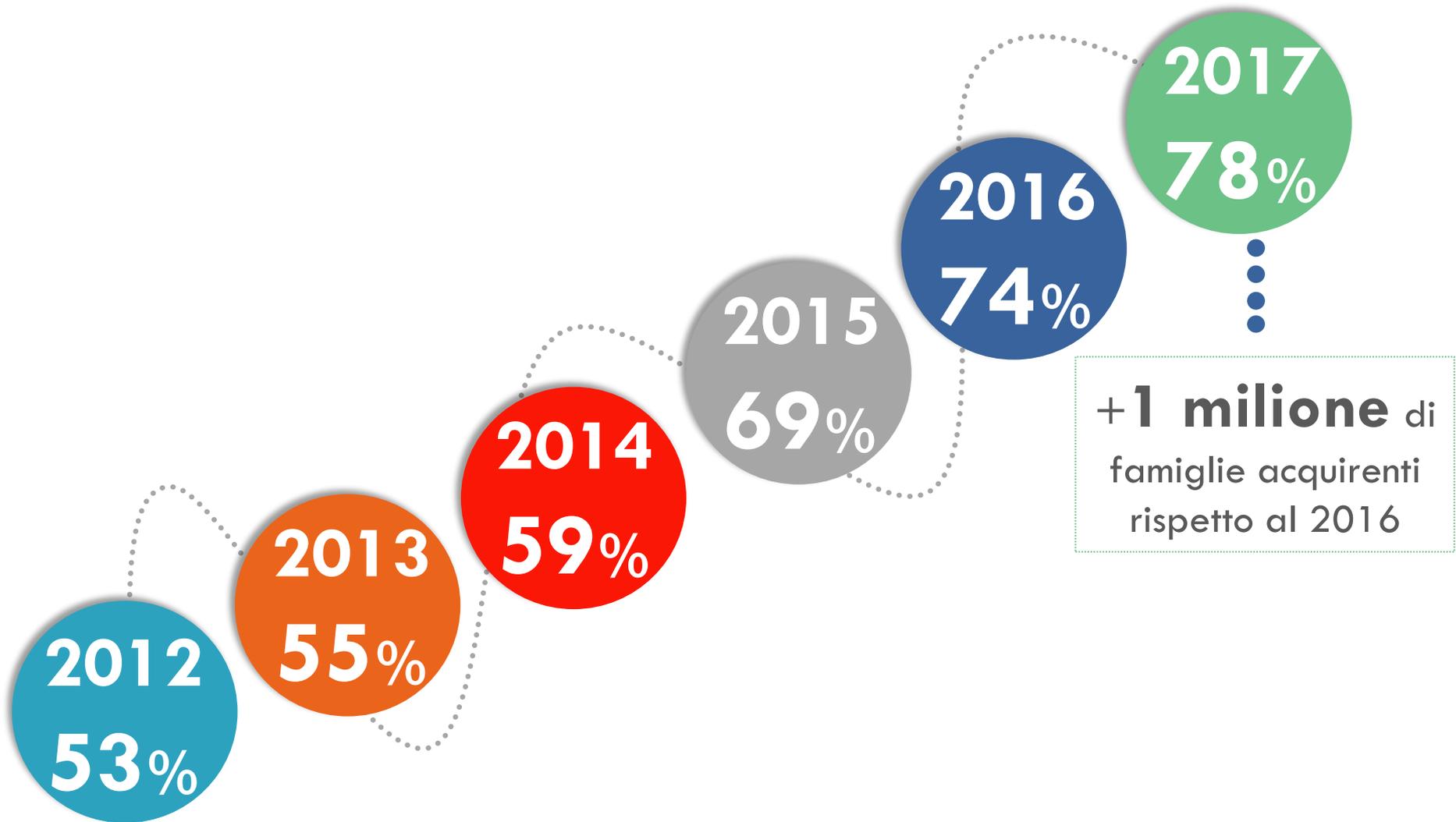
65%

**Qualità al
giusto prezzo**

ATTRIBUTI
DEI PRODOTTI
PIÙ RICERCATI

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2017

TASSO DI PENETRAZIONE BIO FOOD



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2017

ACQUISTO DI PRODOTTI BIO – TOPICS

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2017

Frequent
user

Consumano bio **almeno
una volta a settimana**

60%

47%

sulla popolazione 18-65 anni

33%

Bio Affezionati
(user bio da oltre 5 anni)

MOTIVI

È il prodotto
che volevo

35%

Caso/
Curiosità

32%

Promo

31%

Altro

2%

% di user bio che ritengono **molto importante**

76%

Origine italiana

60%

Packaging eco-sostenibile

49%

Ingredienti 100% veg

**ATTRIBUTI
PIÙ RICERCATI**

1/5 delle famiglie

ogni **100€** di
spesa alimentare
spende

12€ in bio

MOTIVAZIONI DI ACQUISTO BIO

76%

SALUTE E SICUREZZA

Più sicuri per la salute
Fiducia/Sicurezza
Consiglio del pediatra

20% PROMOZIONE

34% QUALITÀ



18% GUSTO

29% ASSORTIMENTO

Linea bio nel negozio frequentato
Marche preferite con linea bio
Scaffale dedicato

7% VEGETARIANI/
VEGANI IN FAMIGLIA

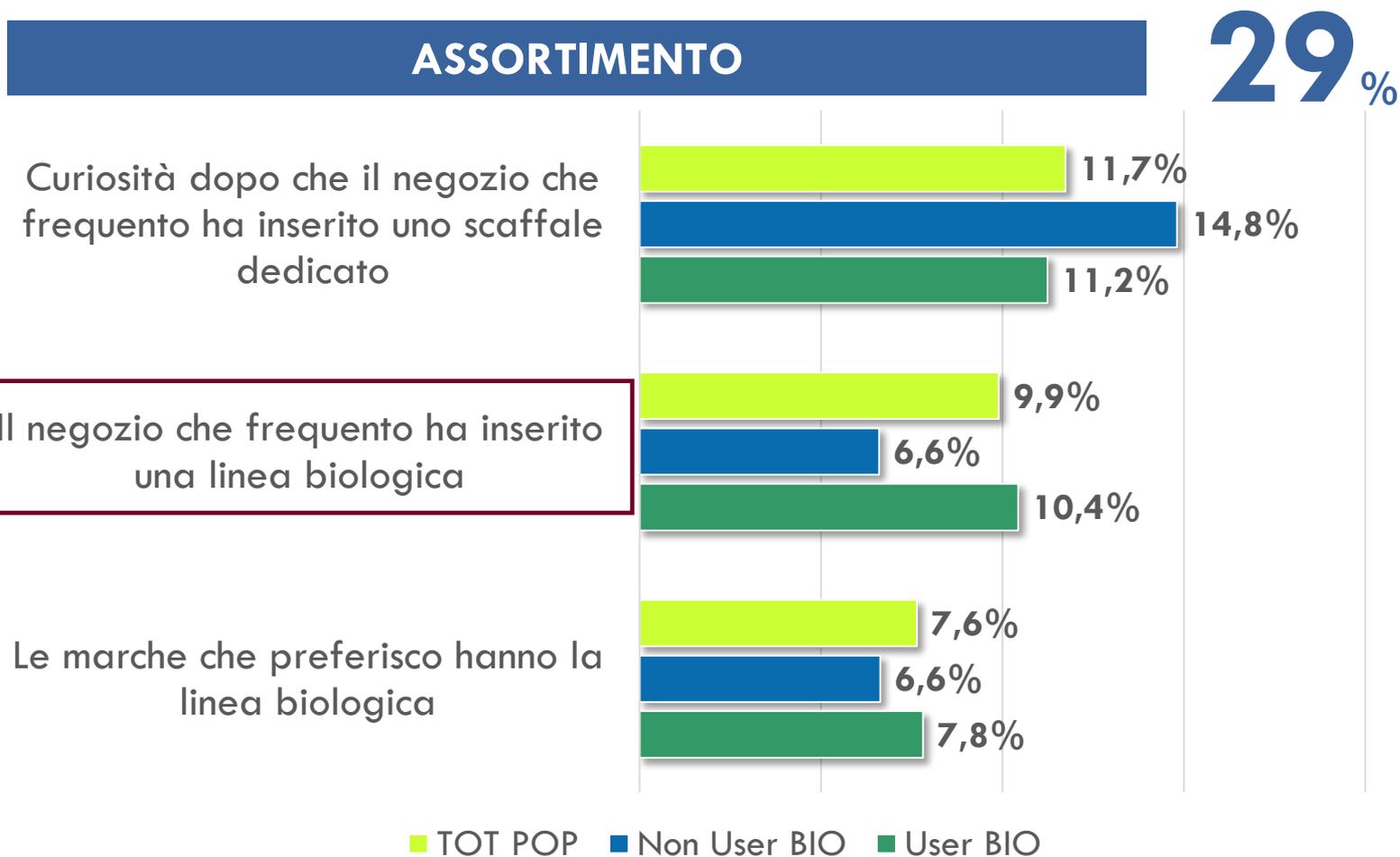
29% RISPETTO DELL'AMBIENTE

1% MODA

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2017

MOTIVAZIONI DI ACQUISTO BIO – FOCUS ASSORTIMENTO

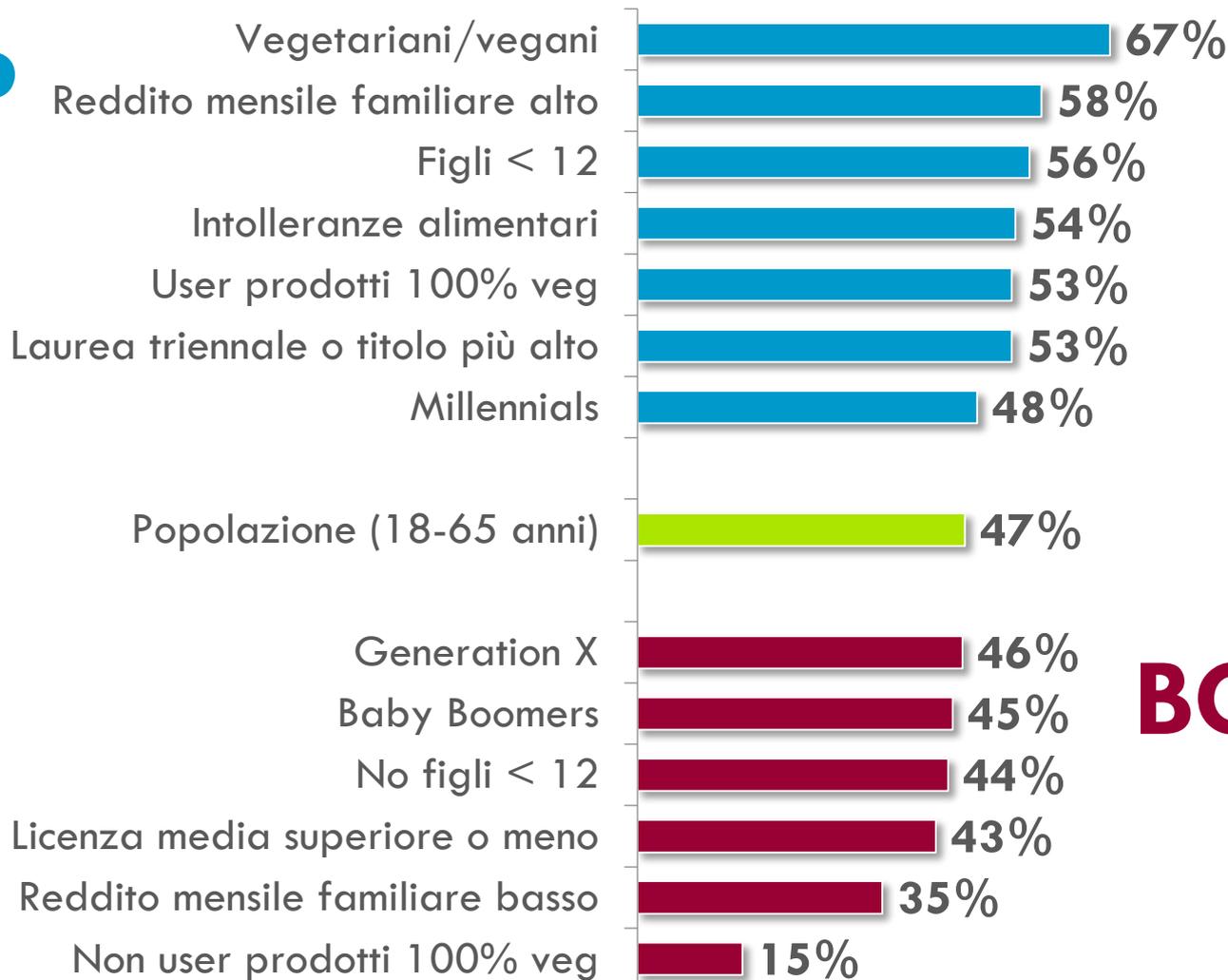
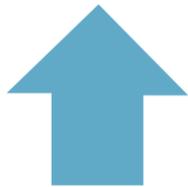
Risposta
Multipla



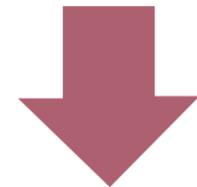
Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2017

PROFILO DEL FREQUENT USER BIO

TOP



BOTTOM



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2017



Nomisma

Silvia Zucconi

RESPONSABILE MARKET INTELLIGENCE

NOMISMA

silvia.zucconi@nomisma.it

T. 051 6483157

M. 348.1404616

#NOMISMA