



ASSOCIAZIONE
DISTRIBUZIONE MODERNA

AssoBio

ma^Rca
by  BolognaFiere
PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION

BIOLOGICO, UN MERCATO SICURO



19 GENNAIO 2017
ore 14.00
Opera Conference Hall
Ingresso libero

Dai 411 milioni di vendite di prodotti confezionati in iper e supermercati italiani nel 2008, la categoria degli alimenti biologici è arrivata a superare il miliardo di EUR nel 2016, con un peso del 3% sul totale delle vendite food, inanellando incrementi annui regolarmente a doppia cifra dal 2010, con picchi del 19% in 2015 e 2016: il trend in questi due ultimi anni è raddoppiato rispetto alla crescita media del periodo 2010-2014.

Ben il 45% delle vendite in valore è generato dalla marca privata. Nel 2016 le prime 10 categorie per vendite in valore hanno avuto incrementi dal 5 al 22%. Sono biologici il 54% della pasta integrale, il 32% delle bevande sostitutive del latte e il 20% dei legumi secchi e cereali che ogni giorno passano agli scanner, ma anche il 30% delle confetture, il 14% delle uova, il 10% dello yogurt magro, il 9% delle farine.

Nel 2016 ha acquistato qualche prodotto biologico il 74% delle famiglie italiane (+1,2 milioni rispetto al 2015), con *millennials* e fascia dai 30 ai 44 anni sopra la media nazionale. Di queste, il 68% è *frequent user*.

Le motivazioni d'acquisto?

Per il 27% degli acquirenti i prodotti biologici sono più sicuri per la salute, per il 20% sono più rispettosi dell'ambiente, per il 14% sono più controllati. Il 13% li acquista perché son più buoni, ma il 10% perché non si fida più dei prodotti convenzionali.

Sono dati di cui il retail non può non tener conto e che impongono strategie per cogliere una grande opportunità e intercettare la domanda crescente.

Ma non basta ampliare l'assortimento: oltre a una visione di category, un'offerta coerente e una comunicazione adeguata, è necessaria la massima cura nel garantire l'integrità e la fiducia del consumatore, il patrimonio più significativo del mercato biologico.

BIOLOGICO, UN MERCATO SICURO

Ne parlano:

- **Giorgio Santambrogio** (presidente ADM)
Introduzione
- **Silvia Zucconi** (coordinatore agricoltura e industria alimentare Nomisma)
I numeri del biologico sul mercato italiano
- **Paolo Carnemolla** (presidente FederBio)
Gli strumenti del settore biologico per la garanzia dell'integrità
- **Roberto Pinton** (segretario AssoBio)
Le buone pratiche delle imprese
 - **Angelo Arrigoni** (responsabile marche proprie prodotti freschi Carrefour)
L'esperienza di Carrefour
- **Vladimiro Adelmi** (brand manager Coop Solidal e Vivi verde, COOP Italia)
L'esperienza di Coop
- **Roberto Zanoni** (presidente AssoBio)
Conclusioni

È un'iniziativa in collaborazione tra ADM - Associazione della Distribuzione Moderna e AssoBio, associazione nazionale delle imprese di trasformazione e distribuzione dei prodotti biologici.

www.adm-distribuzione.it
info@adm-distribuzione.it

www.assobio.it
info@assobio.it