

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA). Né l'Unione europea né l'amministrazione erogatrice possono essere ritenute responsabili. - Per indicazioni su diete equilibrate e sane, consultare le linee guida per una sana alimentazione sul sito www.salute.gov.it



**CHOOSE THE EUROPEAN
ORGANIC LEAF
FOR A BETTER WORLD.**
Good choices matter.



FEDERBIO
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA



Finanziato
dall'Unione europea

L'UNIONE EUROPEA SUPPORTA
CAMPAGNE CHE PROMUOVONO
PRODOTTI AGRICOLI DI ALTA QUALITÀ.





07-08 SETTEMBRE 2023

DALLA RIVOLUZIONE VERDE ALLA
RIVOLUZIONE BIO
IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO

UN EVENTO ORGANIZZATO DA



IN COLLABORAZIONE CON



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



Finanziato
dall'Unione europea



SESSIONE 2

INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE BIO MADE IN ITALY

EVITA GANDINI

Head of Market Insights NOMISMA



LA PIATTAFORMA STRATEGICA PER LA PROMOZIONE E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL BIO MADE IN ITALY

ITA.BIO

VINO BIO NEW

PROMOSSA DA:



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

IN COLLABORAZIONE CON:



A CURA DI:



Nomisma

OBIETTIVI DELLA PIATTAFORMA

- Offrire dati e competenze di scenario sui principali mercati di riferimento a supporto della definizione e progettazione delle azioni di promozione del bio made in Italy all'estero
- Proporre soluzioni di market intelligence a supporto dello sviluppo strategico della filiera agroalimentare italiana e del processo di internazionalizzazione
- Supportare l'individuazione del paniere di prodotti BIO Made in Italy a maggior potenziale all'estero

rivoluzionebio.it





1

Il ruolo dell'export bio Made in Italy



2

L'opinione delle imprese Bio italiane

DALLA RIVOLUZIONE VERDE ALLA
RIVOLUZIONE BIO
IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO

IL RUOLO DELL'EXPORT BIO MADE IN ITALY

1



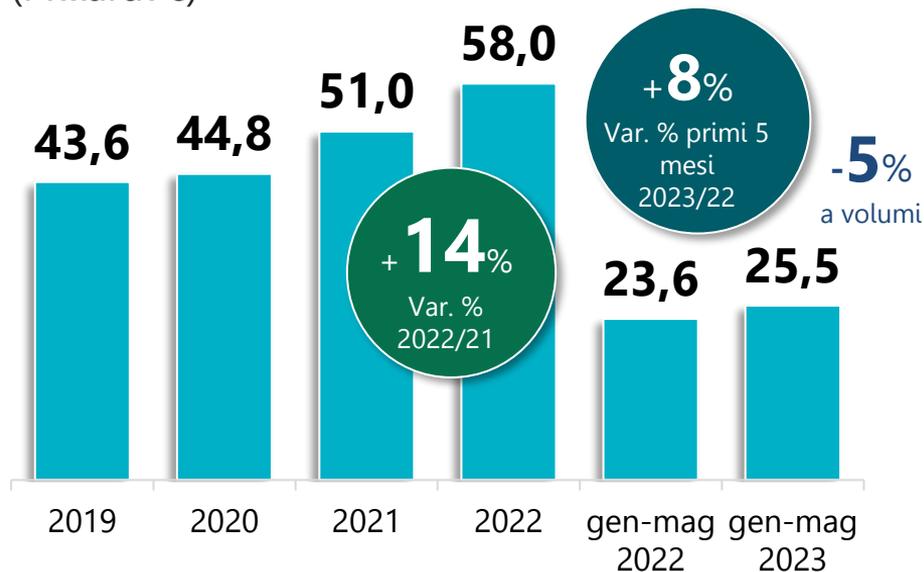


EXPORT AGROALIMENTARE MADE IN ITALY

(2019-2023, milioni €)

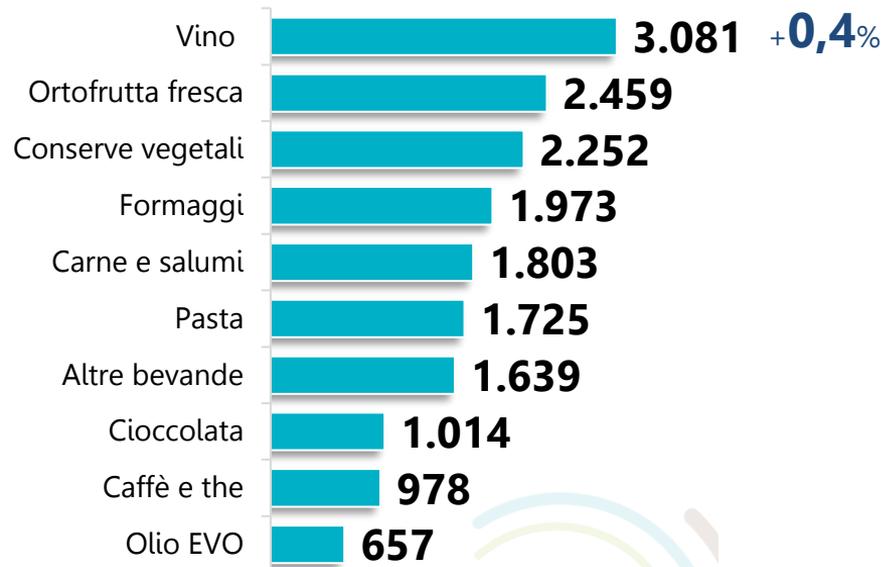
TREND EXPORT AGROALIMENTARE ITALIANO

(Miliardi €)



I PRODOTTI PIÙ ESPORTATI

(Milioni €, gen-mag 2023)



Fonte: Nomisma su dati Istat



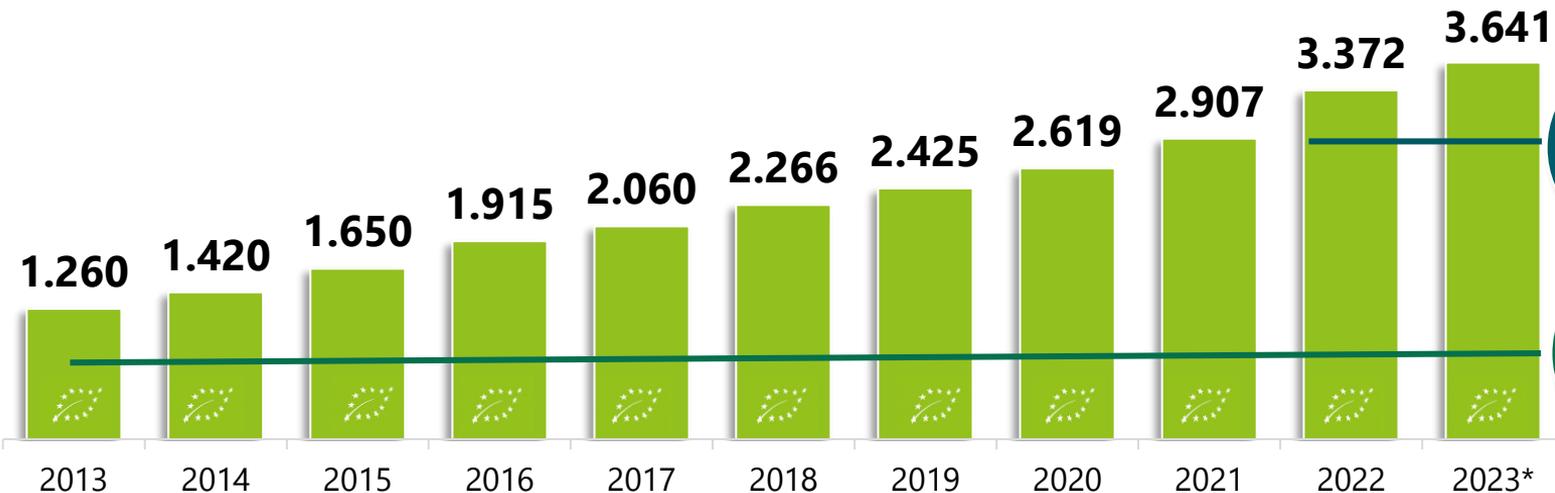
rivoluzionebio.it





EXPORT BIO MADE IN ITALY

(2013-2023, milioni €, AT lug)



+8%
Var. %
2023/22

+189%
Var. %
2023/13



INCIDENZA EXPORT BIO
SU TOTALE EXPORT AGROALIMENTARE



Fonte: Nomisma su dati FIBL e stime Nomisma per ICE-Piattaforma ITA.BIO

*Stima
rivoluzionebio.it





EXPORT BIO: IL RUOLO DEI PRODOTTI

(2022-2023, milioni € - AT lug)

AGRIFOOD

(escluso vino)

EXPORT (mln €)

2.746

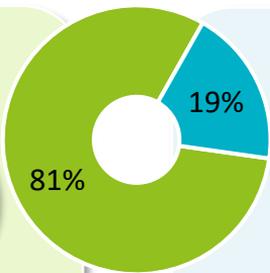
2022

2.971

2023*

+8%
 Var. %
 2023/22

% SU EXPORT
 AA BIO



WINE

EXPORT (mln €)

626

2022

670

2023*

+7%
 Var. %
 2023/22

5,5% peso BIO su tot export FOOD

8,5% peso BIO su tot export WINE



Fonte: Nomisma su dati FIBL e stime Nomisma per ICE-Piattaforma ITA.BIO

*Stima
rivoluzionebio.it



DALLA RIVOLUZIONE VERDE ALLA
RIVOLUZIONE BIO
IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO

L'OPINIONE DELLE IMPRESE FOOD&WINE BIO ITALIANE

i risultati della survey Nomisma per ITA.BIO

2





LA SURVEY NOMISMA PER ITA.BIO

OBIETTIVI

- Il bio italiano all'estero: dimensione, trend delle vendite e canali utilizzati
- Mercati presidiati e più promettenti per il bio Made in Italy
- Bio Made in Italy: fattori di successo e ostacoli
- Gli strumenti e politiche promozionali dell'agroalimentare e del vino bio sui mercati esteri
- L'impatto dell'attuale scenario macroeconomico: criticità e strategie
- Le tendenze future e i nuovi trend di consumo sui mercati internazionali

METODOLOGIA

254 IMPRESE INTERVISTATE

- **QUESTIONARIO:** strutturato a prevalente risposta chiusa
- **SOMMINISTRAZIONE:** metodo CAWI
- **PERIODO:** l'indagine si è svolta tra luglio e agosto 2023

153
FOOD

101
WINE



Nomisma



BIO: CANALI DI VENDITA ALL'ESTERO

IN QUALI CANALI DI VENDITA IL CONSUMATORE DEI MERCATI INTERNAZIONALI PUÒ TROVARE I PRODOTTI A MARCHIO BIO DELL'AZIENDA?

Variazione rispetto survey 2022

RISPOSTA MULTIPLA



FOOD



WINE

Base di calcolo: IMPRESE ESPORTATRICI BIO – FOOD&WINE

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it

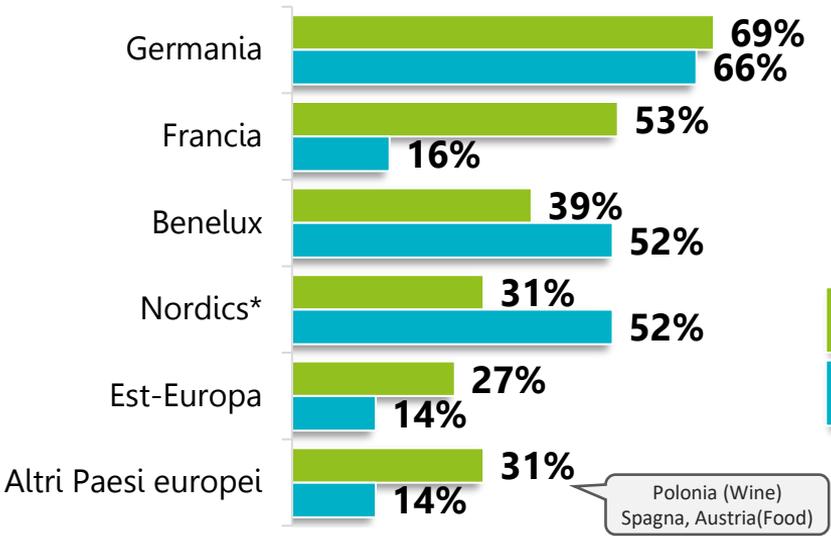




MKT DI DESTINAZIONE DEL MADE IN ITALY BIO

QUALI SONO STATI NEL 2022 I PRINCIPALI MKT ESTERI DI DESTINAZIONE DEI PRODOTTI A MARCHIO BIO DELL'AZIENDA?

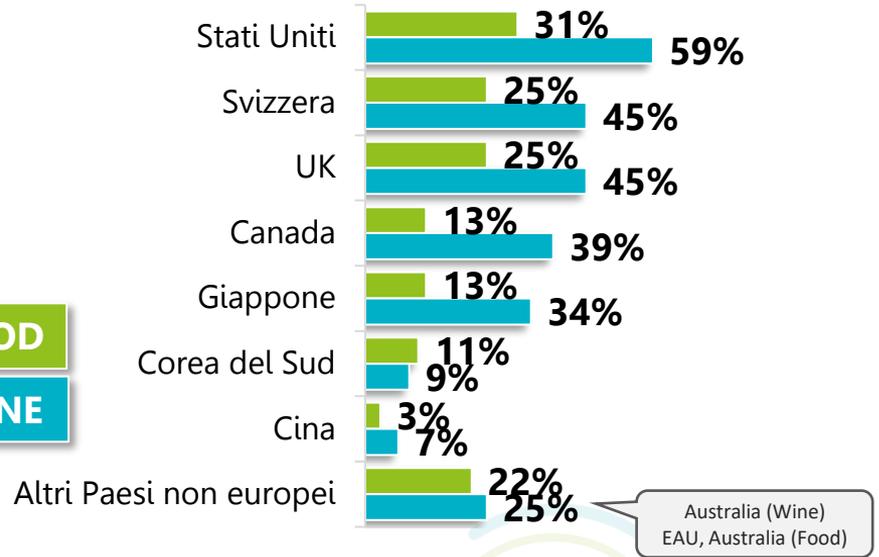
EU*



RISPOSTA MULTIPLA

FOOD
WINE

MKT TERZI





MKT PIÙ PROMETTENTI PER MADE IN ITALY BIO

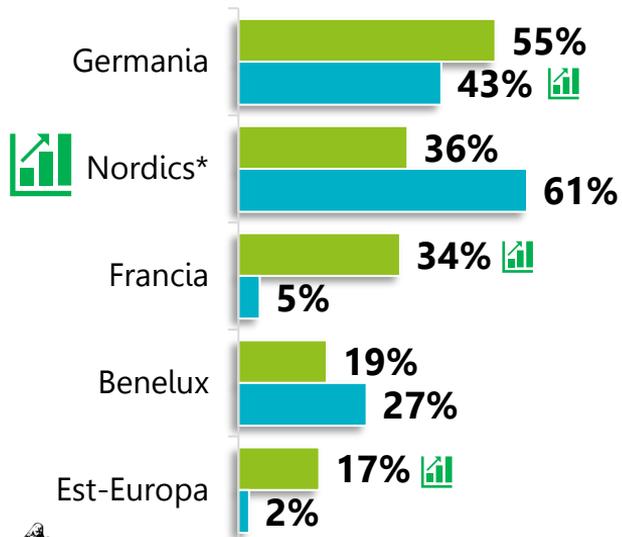
SULLA BASE DELL'ESPERIENZA DELL'AZIENDA, QUALI SONO I MERCATI CHE HANNO LE MAGGIORI PROSPETTIVE DI CRESCITA PER I PRODOTTI ALIMENTARI E VINI BIO MADE IN ITALY?

Variazione rispetto survey 2022

EU*

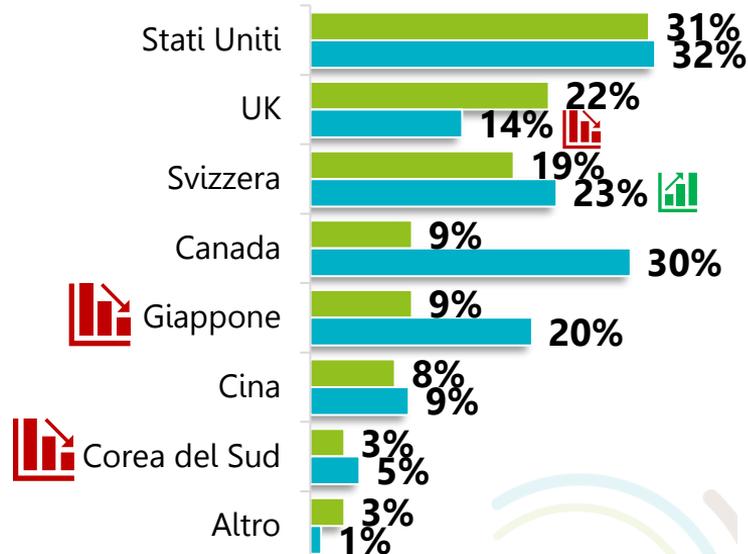
RISPOSTA MULTIPLA

MKT TERZI



FOOD

WINE



Base di calcolo: IMPRESE ESPORTATRICI BIO – FOOD&WINE

* inclusa Norvegia Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it

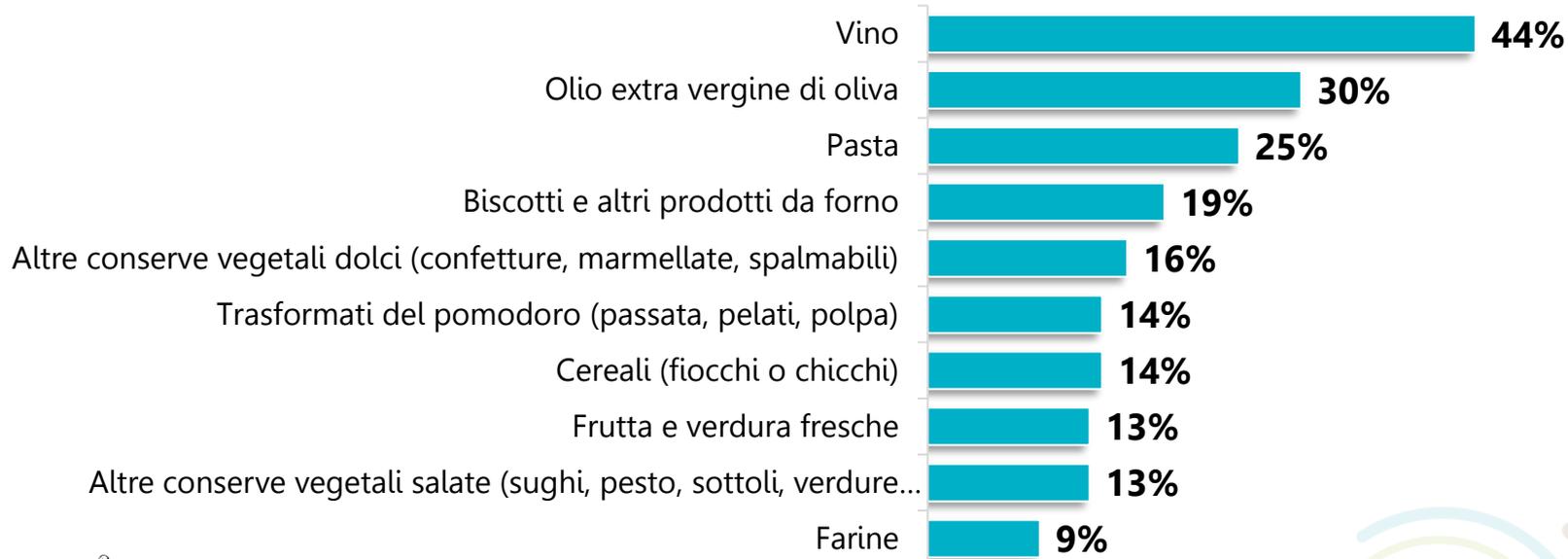
BEING ORGANIC
in EU



I PRODOTTI PIÙ ESPORTATI

QUALI SONO I PRODOTTI AGROALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO CHE
L'AZIENDA VENDEVA/HA VENDUTO NEL 2022 SUI MERCATI ESTERI?

RISPOSTA MULTIPLA
(TOP 10)



Base di calcolo: % IMPRESE ESPORTATRICI BIO – FOOD&WINE in ciascun mercato

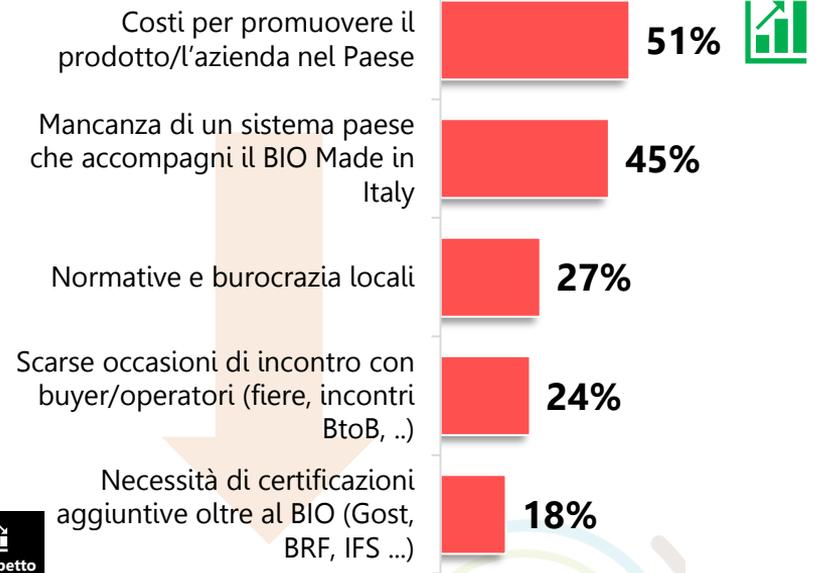
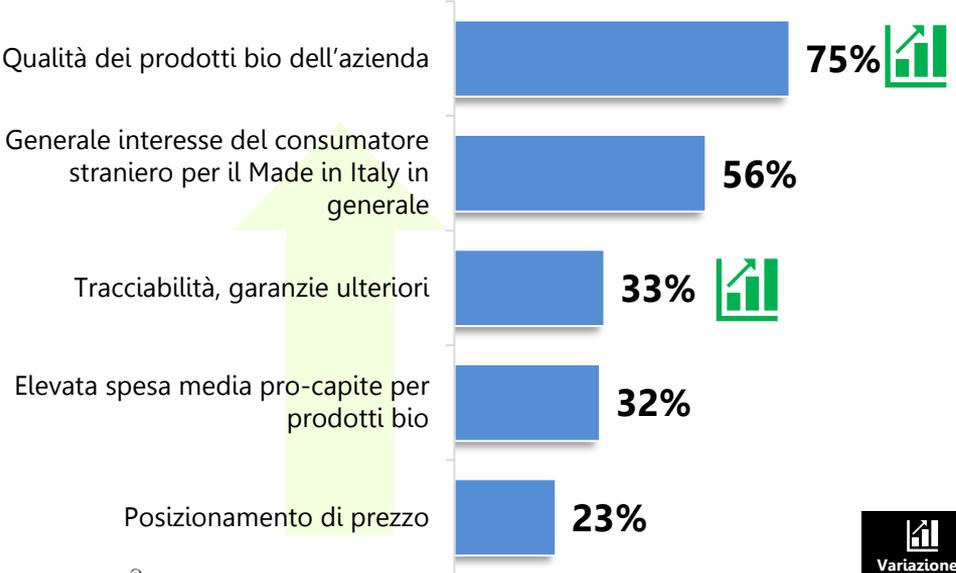
Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

BIO: FATTORI DI SUCCESSO & OSTACOLI ALL'ESTERO

QUALI SONO I FATTORI CHE DECRETANO IL **SUCCESSO** DEI PRODOTTI E DEI VINI BIO DELL'AZIENDA SUI TOP3 MKT PRESIDATI?

QUALI SONO I PRINCIPALI **OSTACOLI** ALLA VENDITA DEI PRODOTTI BIO DELL'AZIENDA SUI TOP3 MKT PRESIDATI?

RISPOSTA MULTIPLA - Top 5



Variazione rispetto survey 2022

Base di calcolo: IMPRESE ESPORTATRICI BIO – FOOD&WINE
 Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it

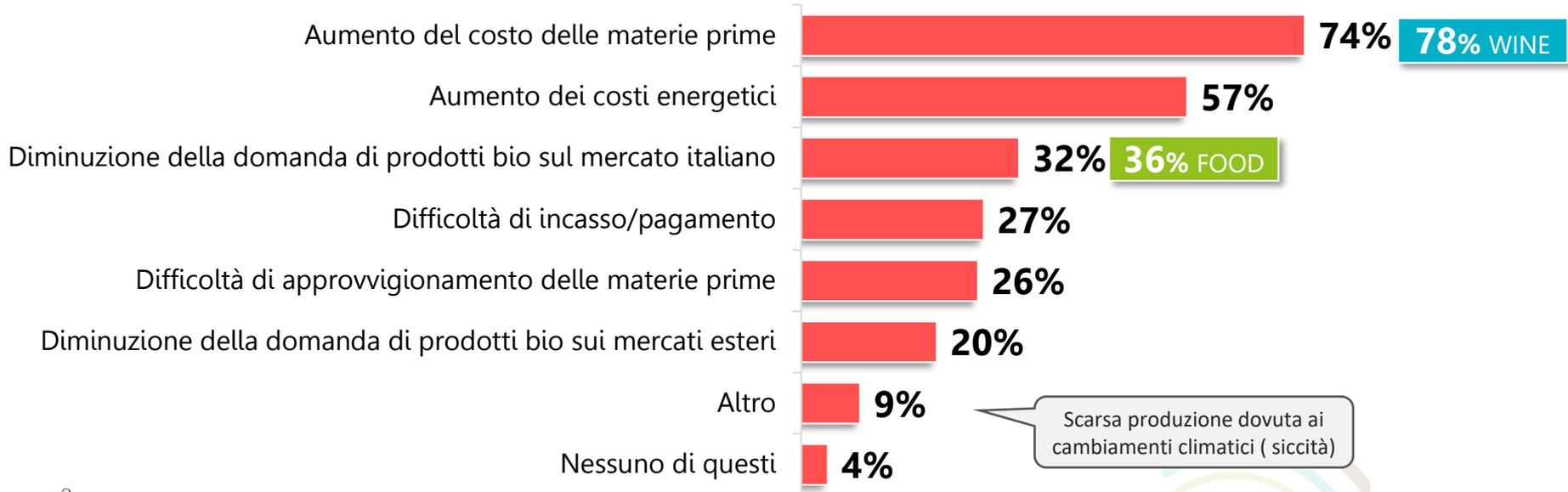




SCENARIO ATTUALE: CRITICITÀ

IN QUESTO SCENARIO, QUALI SONO LE PRINCIPALI CRITICITÀ CHE LA SUA AZIENDA STA AFFRONTANDO ATTUALMENTE O AFFRONTERÀ NEI PROSSIMI 6/12 MESI?

RISPOSTA MULTIPLA



Base di calcolo: TOTALE IMPRESE – FOOD&WINE

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it





STRUMENTI DI PROMOZIONE: importanza/utilizzo

A QUALI STRUMENTI FA RICORSO L'AZIENDA E QUALI REPUTA I PIÙ UTILI PER PROMUOVERE I PRODOTTI BIOLOGICI SUI MERCATI ESTERI?

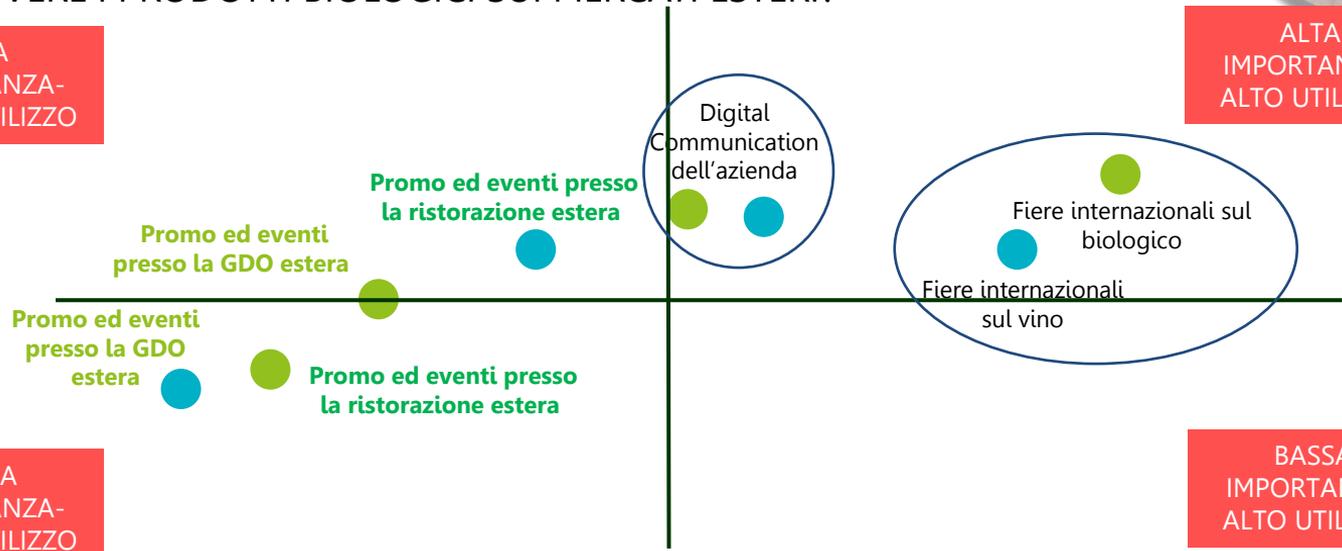
IMPORTANZA
 % di aziende che ritengono molto importante/ importante lo strumento di promozione

ALTA
 IMPORTANZA-
 BASSO UTILIZZO

ALTA
 IMPORTANZA-
 ALTO UTILIZZO

BASSA
 IMPORTANZA-
 BASSO UTILIZZO

BASSA
 IMPORTANZA-
 ALTO UTILIZZO



FOOD
 WINE

Base di calcolo: IMPRESE
 ESPORTATRICI BIO

UTILIZZO
 % aziende che usano lo strumento di promozione all'estero

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it



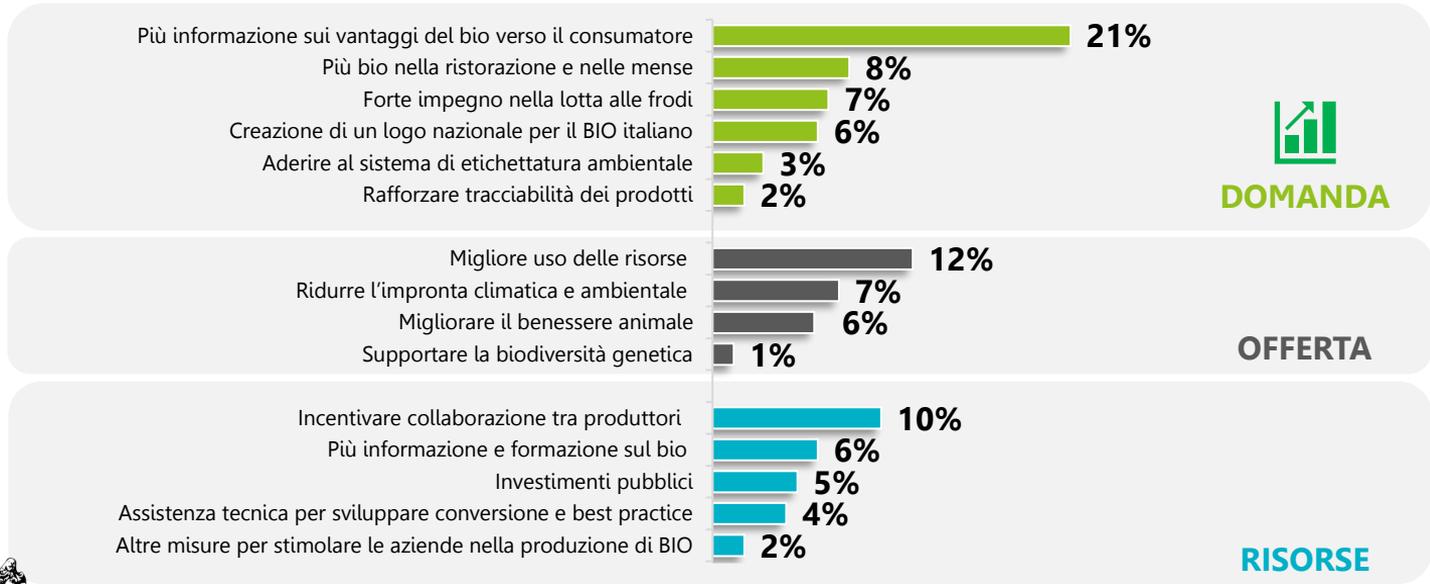


AZIONI FUTURE A SUPPORTO DEL BIO

IN GENERALE QUALI PENSA POSSANO ESSERE LE AZIONI PIÙ EFFICACI A SUPPORTO DELLO SVILUPPO DEL BIO ITALIANO A LIVELLO NAZIONALE E INTERNAZIONALE NEI PROSSIMI ANNI?

% DI AZIENDE CHE INDICANO CIASCUN AMBITO DI AZIONE COME IL PIÙ EFFICACE PER LO SVILUPPO DEL BIO (PRIMA RISPOSTA)

Variatione rispetto survey 2022



47%
 Stimolare la domanda e la fiducia dei consumatori

26%
 Migliorare il contributo dell'agricoltura biologica alla sostenibilità

27%
 Stimolare l'offerta quindi la conversione e la produzione

Base di calcolo: TOTALE IMPRESE – FOOD&WINE
 Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it



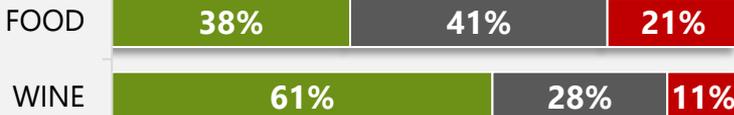


PREVISIONI VENDITE NEXT 12 MONTHS

LE CHIEDO DI ESPRIMERE LE PREVISIONI RELATIVE AL FATTURATO AGROALIMENTARE BIO DELL'AZIENDA PER IL PROSSIMI 12 MESI

■ Aumenterà ■ Resterà sostanzialmente invariato ■ Diminuirà

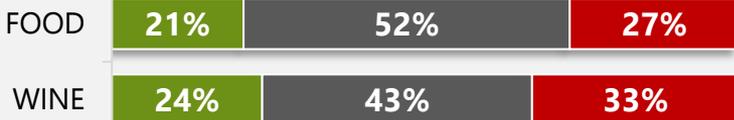
**ESTERO
EXPORT**



NET
(Aumenterà – Diminuirà)

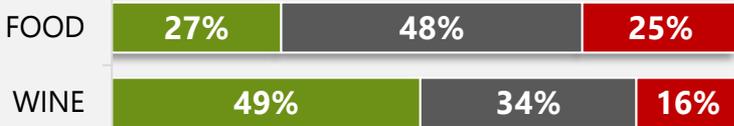
17pp
50pp

**ITALIA
GDO**



-6pp
-9pp

**ITALIA
RISTORAZIONE**



2pp
33pp

**ITALIA
SPECIALIZZATO**



0pp
15pp

Base di calcolo: IMPRESE BIO FOOD & WINE

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia – Survey Imprese NOMISMA

rivoluzionebio.it

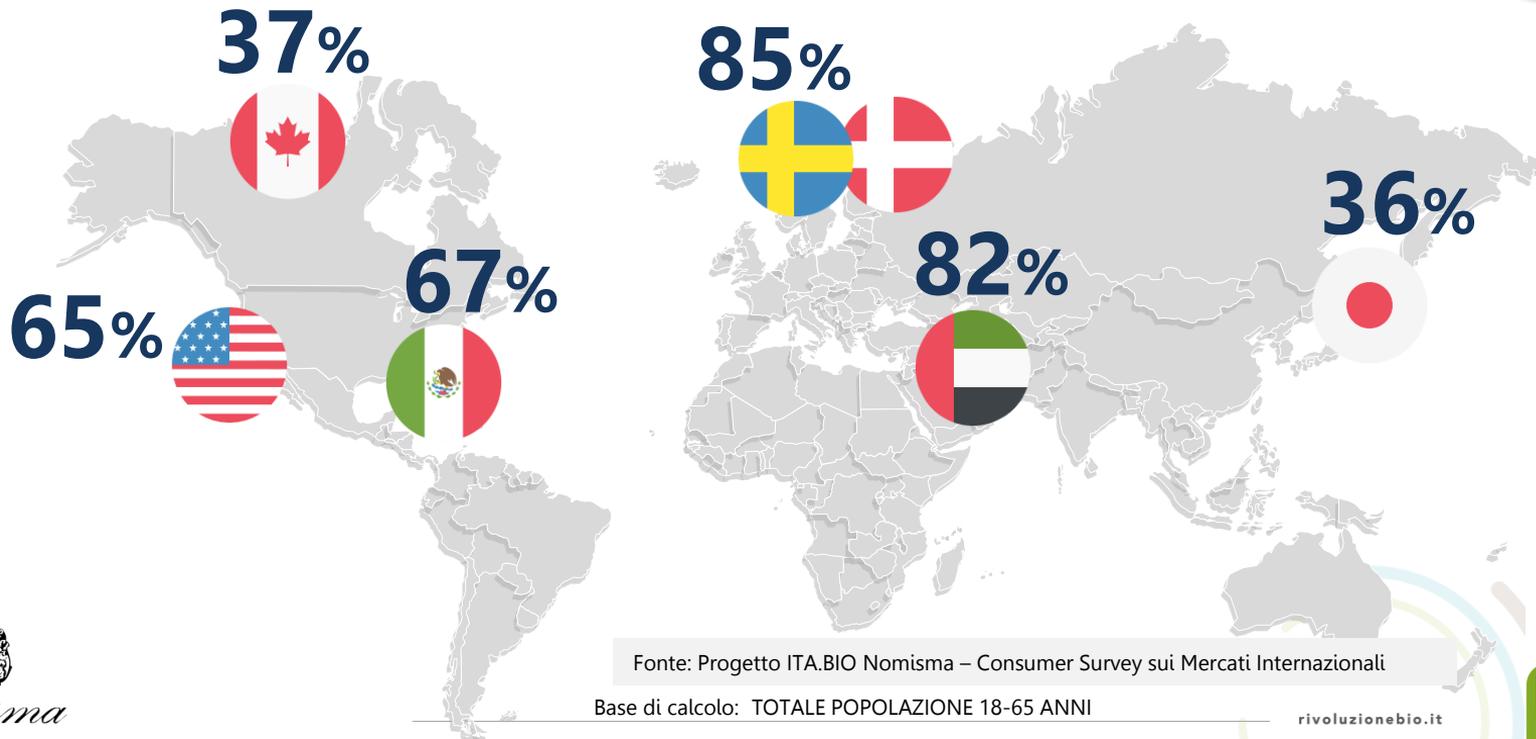




POTENZIALE BIO MADE IN ITALY presso il consumatore straniero

SE DALLA PROSSIMA SETTIMANA TROVASSE, PRESSO I NEGOZI CHE FREQUENTA
ABITUALMENTE UN NUOVO PRODOTTO ALIMENTARE BIOLOGICO MADE IN ITALY, SAREBBE
INTERESSATO AD ACQUISTARLO?

% «sì»



Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma – Consumer Survey sui Mercati Internazionali

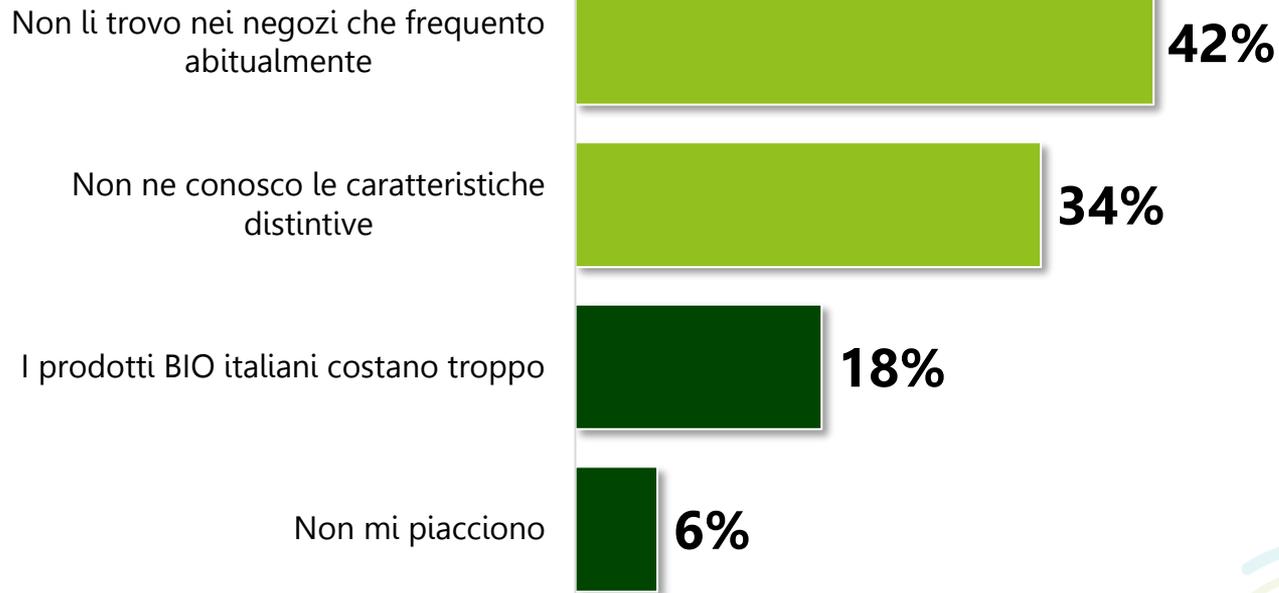
Base di calcolo: TOTALE POPOLAZIONE 18-65 ANNI

rivoluzionebio.it



LEVE DA ATTIVARE PER ACCRESCERE LA CONSUMER BASE

PER QUALI MOTIVI NON HA ACQUISTATO PRODOTTI BIOLOGICI MADE IN ITALY NEGLI ULTIMI 12 MESI?



76%
Nuova consumer base potenziale tra i non users

Base di calcolo: NON USER BIO MADE IN ITALY NEI MERCATI CONSIDERATI

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma – Consumer Survey sui Mercati Internazionali

rivoluzionebio.it





SFIDE & OPPORTUNITÀ PER IL BIO MADE IN ITALY all'estero

- Italia TOP EXPORTER in Europa
- In crescita il peso del bio sul totale export
- Il bio «tiene meglio» del convenzionale su alcuni mercati in stallo
- Nell'export di vino, il bio performa meglio del convenzionale
- Elevato interesse per F&B italiano

- Contesto economico negativo (inflazione, costi materie prime, calo consumi..)
- Export in rallentamento
- Rallentamento GDO e ONLINE
- Le imprese necessitano di incentivi/assistenza tecnica e investimenti pubblici
- Necessaria maggiore presenza sugli scaffali e nel fuori casa
- I consumatori hanno bisogno di maggiori informazioni per conoscere valori/caratteristiche del bio



Nomisma

rivoluzionebio.it



07-08 SETTEMBRE 2023

DALLA RIVOLUZIONE VERDE ALLA
RIVOLUZIONE BIO
IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO



UN EVENTO ORGANIZZATO DA



IN COLLABORAZIONE CON



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



Finanziato
dall'Unione europea



EVITA GANDINI
Head of Market Insights **NOMISMA**

+39 3475254351

evita.gandini@nomisma.it

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia al solo o ai soli autori, e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA). Né l'Unione europea né l'amministrazione erogatrice possono essere ritenute responsabili. - Per indicazioni su diete equilibrate e sane, consultare le linee guida per una sana alimentazione sul sito www.salute.gov.it



www.beingorganic.eu



Finanziato
dall'Unione europea

L'UNIONE EUROPEA SUPPORTA
CAMPAGNE CHE PROMUOVONO
PRODOTTI AGRICOLI DI ALTA QUALITÀ.

