



sana

27° salone internazionale del biologico e del naturale

BolognaFiere

12 – 15 settembre 2015



*Nomisma*

---

**Osservatorio SANA 2015**  
**L'AGROALIMENTARE BIOLOGICO**  
**ITALIANO ALL'ESTERO**

SILVIA ZUCCONI - Nomisma



---

Progetto promosso da:

Con il patrocinio di:



ITCA

ITALIAN TRADE AGENCY

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



FEDERBIO  
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA



AssoBio

## OBIETTIVI

L'Osservatorio SANA 2015 nasce con l'intento di realizzare il monitoraggio dell'agroalimentare biologico italiano all'estero, per rispondere alla necessità di predisporre, a favore degli operatori e delle imprese, dati e analisi sulle opportunità di internazionalizzazione dei **Made in Italy BIO**.

Il progetto 2015 è stato promosso da **ICE** e realizzato con il supporto di **Federbio** ed **Assobio**.

**ITA**<sup>®</sup>  
ITALIAN TRADE AGENCY

**FEDERBIO**  
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA

**AssoBio**

L'Osservatorio SANA 2015 è curato da Nomisma.

  
*Nomisma*

SURVEY SU

**155**

IMPRESE AGROALIMENTARI  
ITALIANE  
CON PRODOTTI A MARCHIO  
BIOLOGICO

## STRUMENTI & METODI

Strumento informativo unico poiché l'assenza di una classificazione di codici doganali per i prodotti biologici certificati impedisce la rilevazione continuativa dei flussi di import-export.



1



---

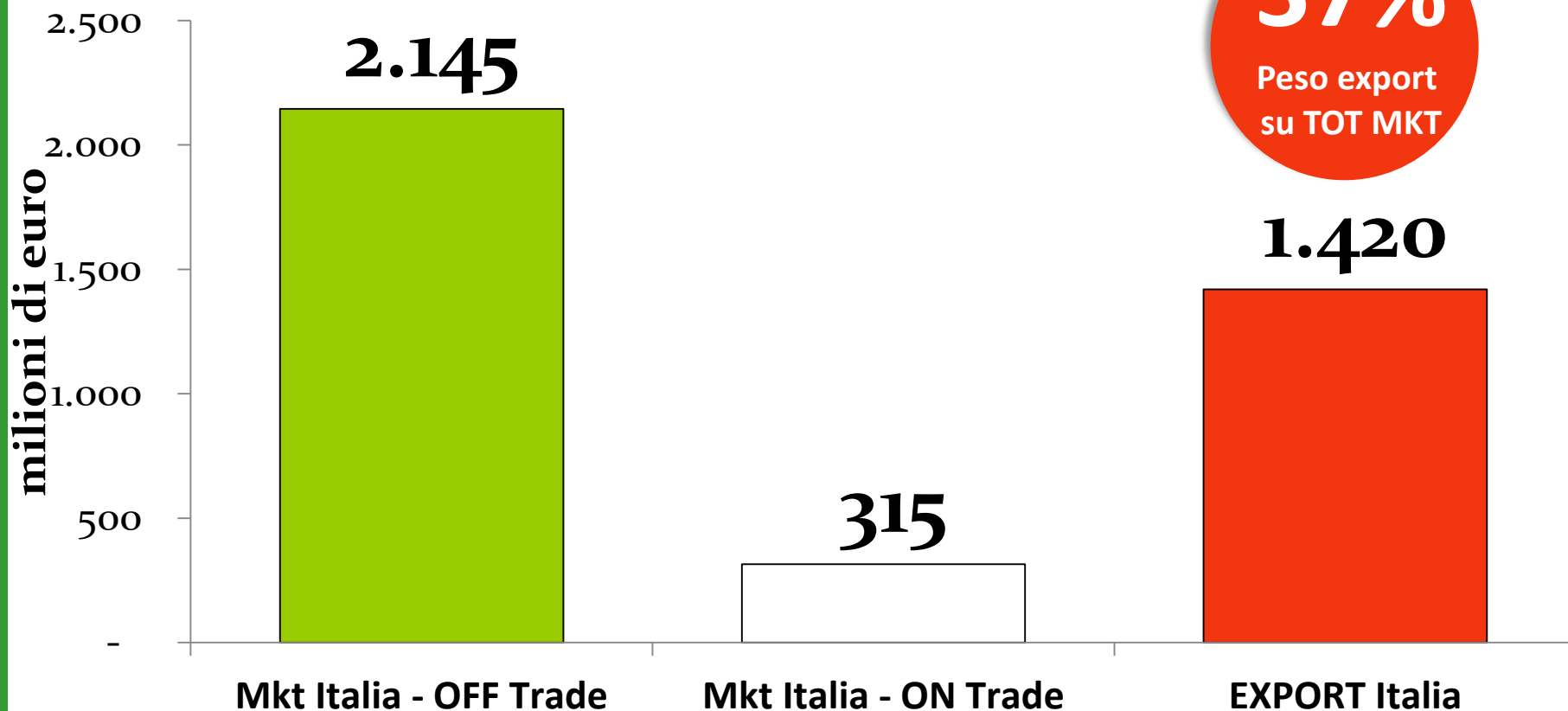
Survey Nomisma  
L'EXPORT AGROALIMENTARE  
A MARCHIO BIO

## DOMANDA BIO 2014



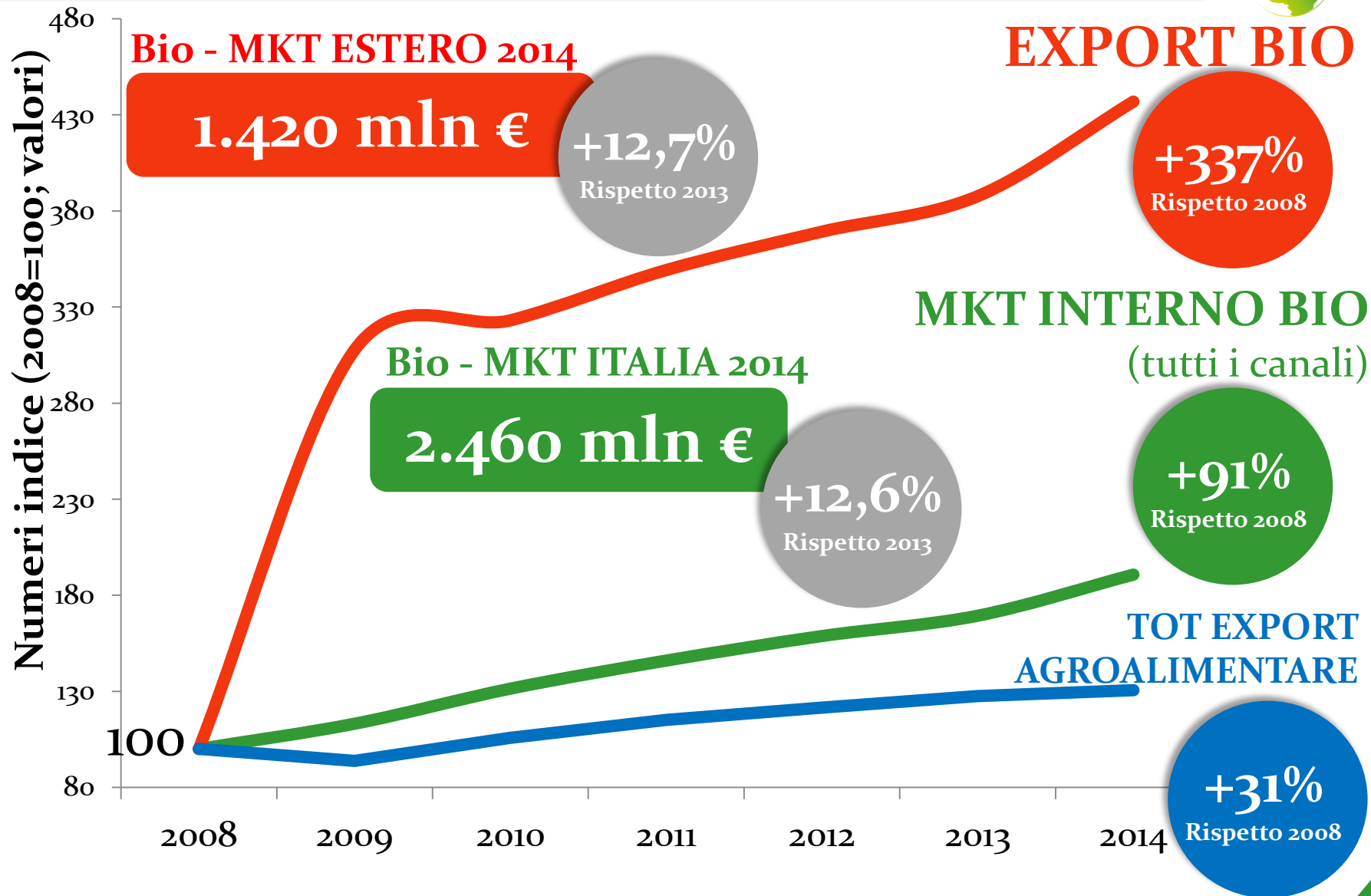
TOTALE

3.880 mln €



Fonte: NOMISMA (export), ISMEA (off trade), ASSO BIO (on trade) per Osservatorio SANA 2015

# TREND DI MERCATO



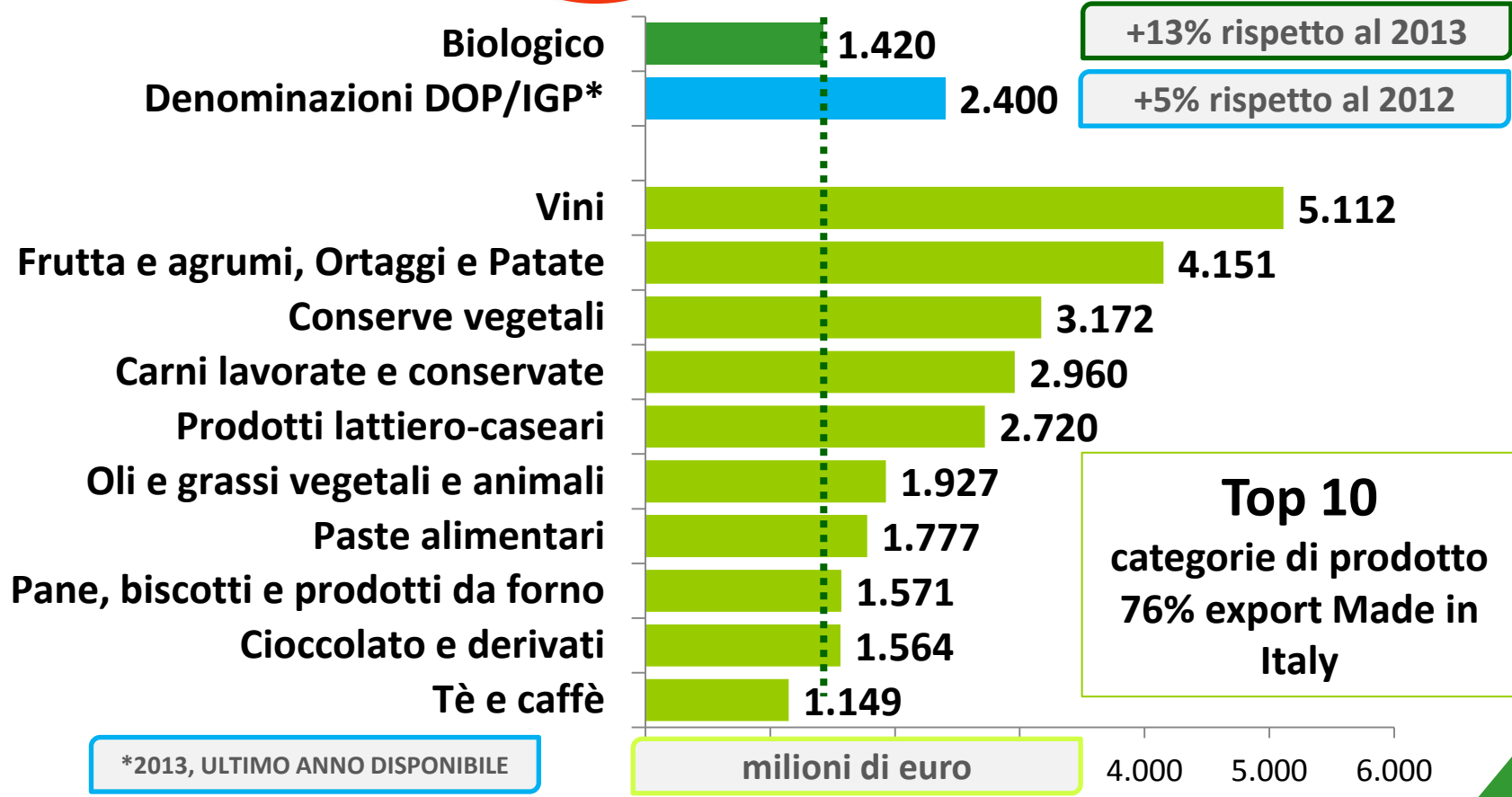
Fonte: NOMISMA e ASSO BIO per Osservatorio SANA 2015

# IL RUOLO DEL BIO PER L'EXPORT MADE IN ITALY



**EXPORT 2014  
MADE IN ITALY**

**34**  
mrd €





# I CONSUMI ALIMENTARI IN ITALIA

Come si posiziona il trend del bio rispetto ai consumi alimentari nel complesso?

## Vendite alimentari al dettaglio

2014 su 2013

**-1,1%**

**+0,9%**

Gen-Giu  
2015-2014

**-0,8%**

Piccole  
superfici

**+1,5%**

GDO

**TOTALE  
FOOD**

## Vendite agroalimentari a marchio BIO

2014 su 2013

**+12,6%**

2014 su 2013

**+5,2%**

ON TRADE

2014 su 2013

**+13,8%**

OFF TRADE



**BIO**

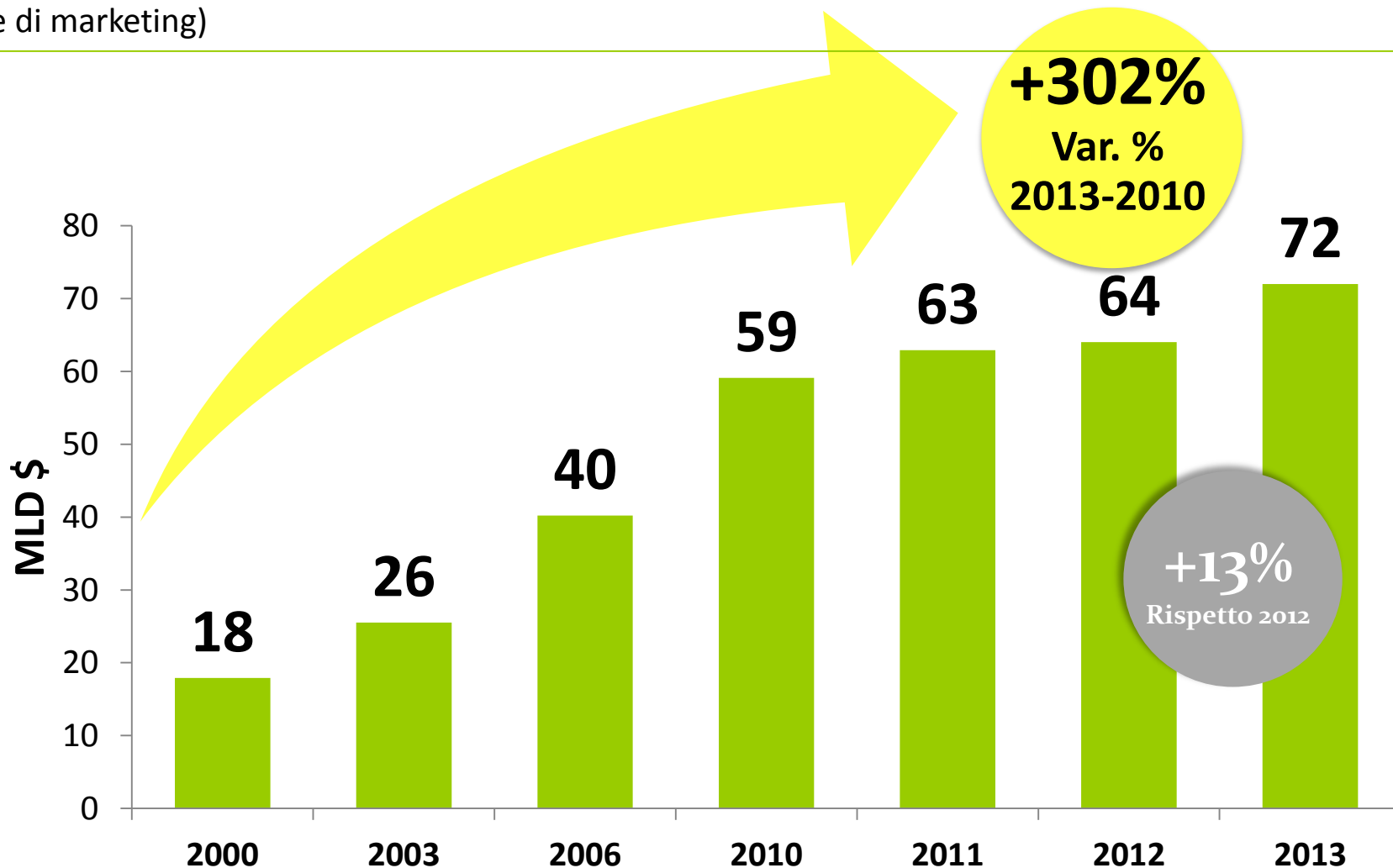
La crescita del bio in Italia è sostenuta sia dall'incremento del numero di famiglie acquirenti (+1,7 milioni solo nell'ultimo anno) e dall'intensità di acquisto (la quota di consumi a marchio bio oggi è pari al 2,5% - solo 5 anni fa era al 1,9%)

Fonte: Nomisma su dati Istat e Assobio

# VENDITE: DIMENSIONI DEL MERCATO MONDIALE



La performance dell'export italiano bio è certamente sostenuto dalla forte crescita della domanda che si registra a livello globale ... Ma le imprese bio italiane hanno grande capacità di presidio sui mkt internazionali, anche nella componente agricola (imprese più grandi, più giovani, con skill commerciali e di marketing)



Fonte: Elaborazioni Nomisma su dati Organic Monitor 2015, FIBL





2



---

# Survey Nomisma

## I numeri chiave del campione



# IL PROFILO DEL CAMPIONE SANA-NOMISMA

Fatturato 2014, MLN €



**155 interviste**

**VOCAZIONE AL BIO DELLE IMPRESE DEL CAMPIONE**

Quota fatturato BIO su totale fatturato agroalimentare

**50%**

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015



# I NUMERI CHIAVE DELL'EXPORT BIO

**Bio - MKT ESTERO 2014**

**1.420 mln €**

**+12,7%**  
Rispetto 2013

**INCIDENZA  
EXPORT BIO SU TOTALE  
EXPORT  
AGROALIMENTARE 2014**

**4,2%**

**Var % 2014 SU 2013  
EXPORT AGROALIMENTARE BIO**

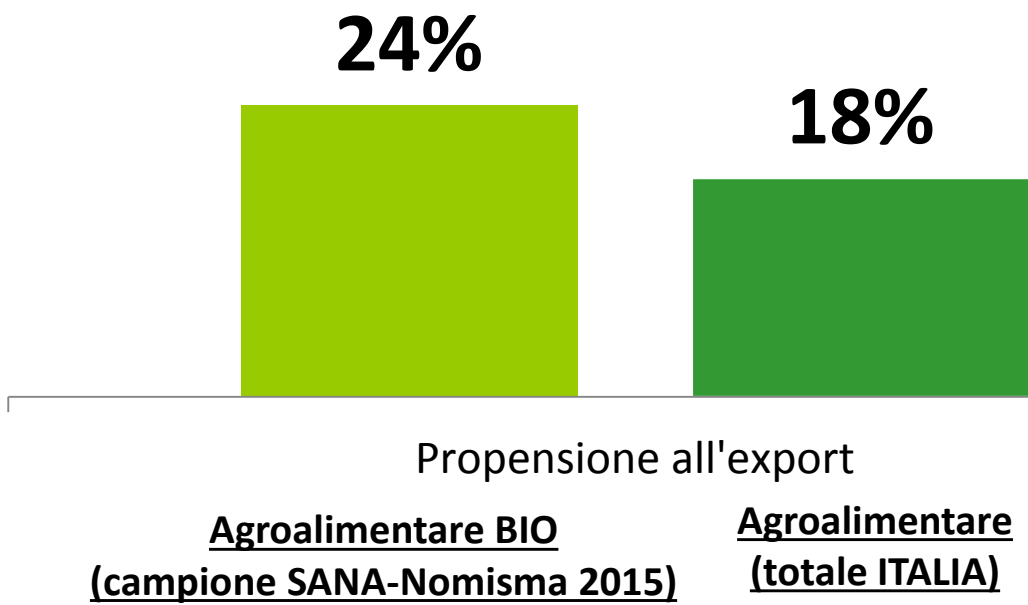
**+13%**

**Var % 2014 SU 2013  
EXPORT AGROALIMENTARE TOTALE**

**+2%**

## PROPENSIONE ALL'EXPORT DELLE IMPRESE

Export su fatturato totale - %  
CONFRONTO CON IL COMPARTO AGROALIMENTARE ITALIANO





# PRESENZA SUI MERCATI ESTERI

Nel 2014 l'azienda ha realizzato vendite all'estero di prodotti biologici?

Vocazione all'export  
**80%**

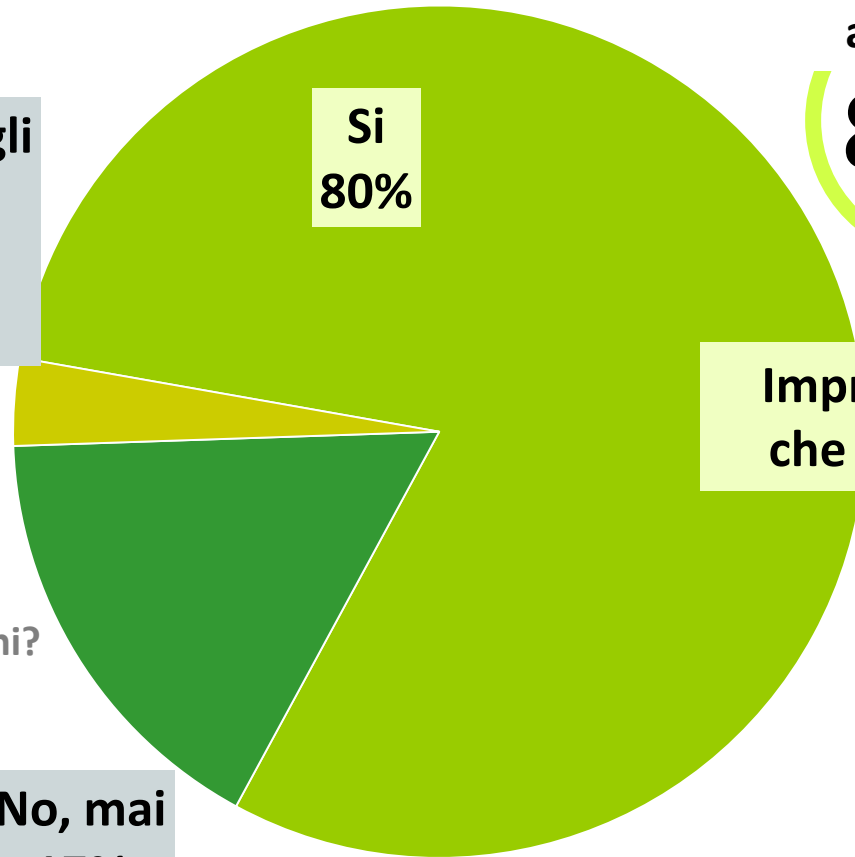
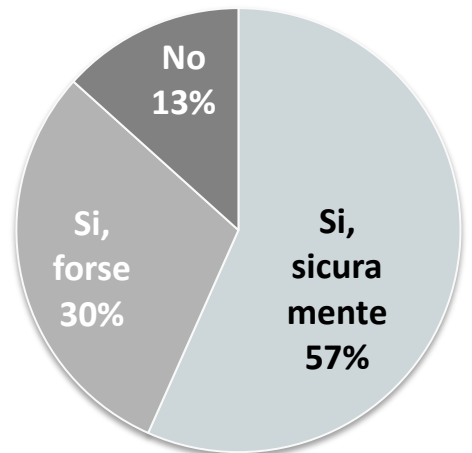
No, solo negli anni precedenti  
**3%**

Imprese «BIO» che NON esportano

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

No, mai  
**17%**

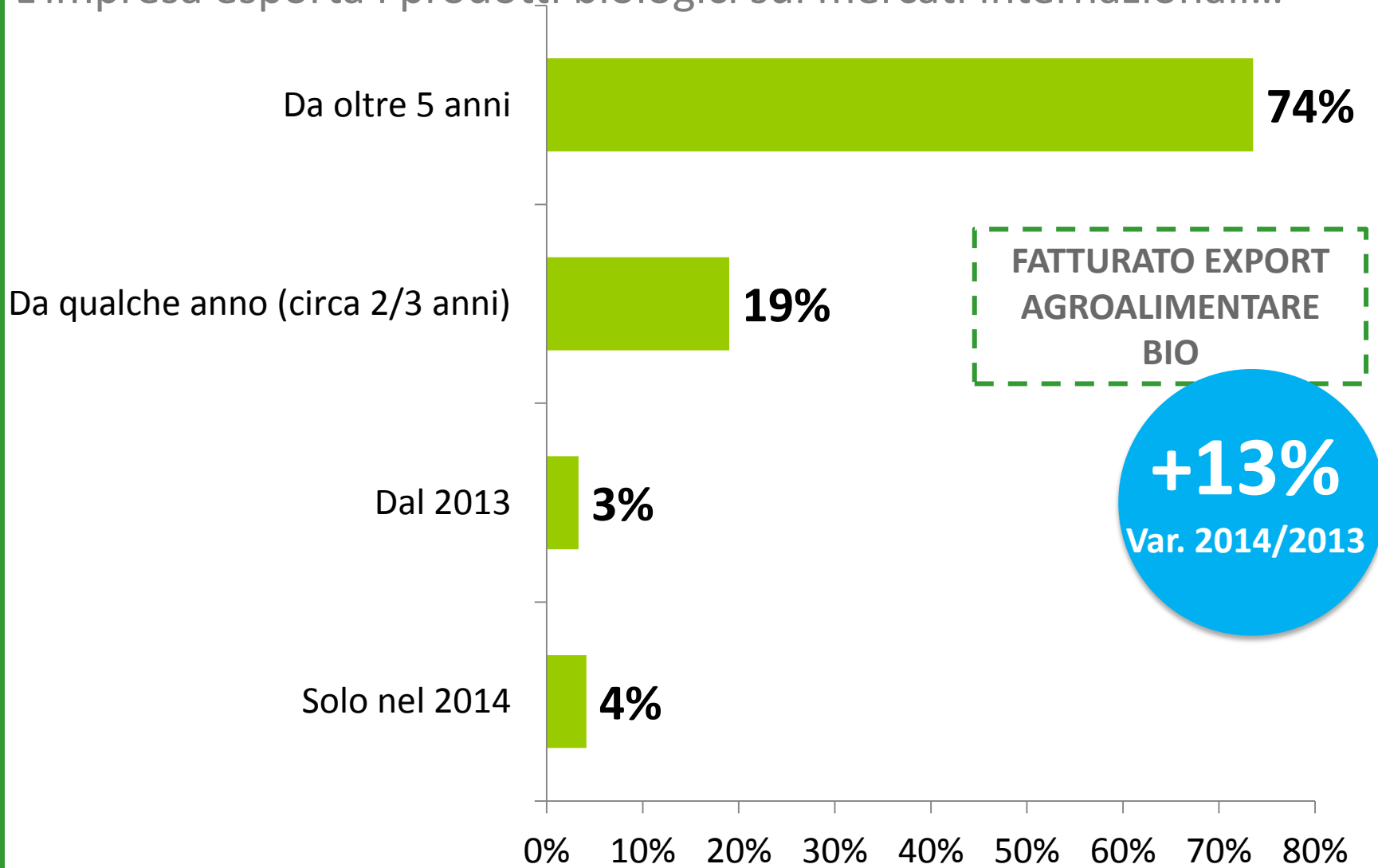
Imprese «BIO» che esportano



# PRESENZA SUI MERCATI ESTERI: INIZIO DELLE ATTIVITÀ DI EXPORT



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





3



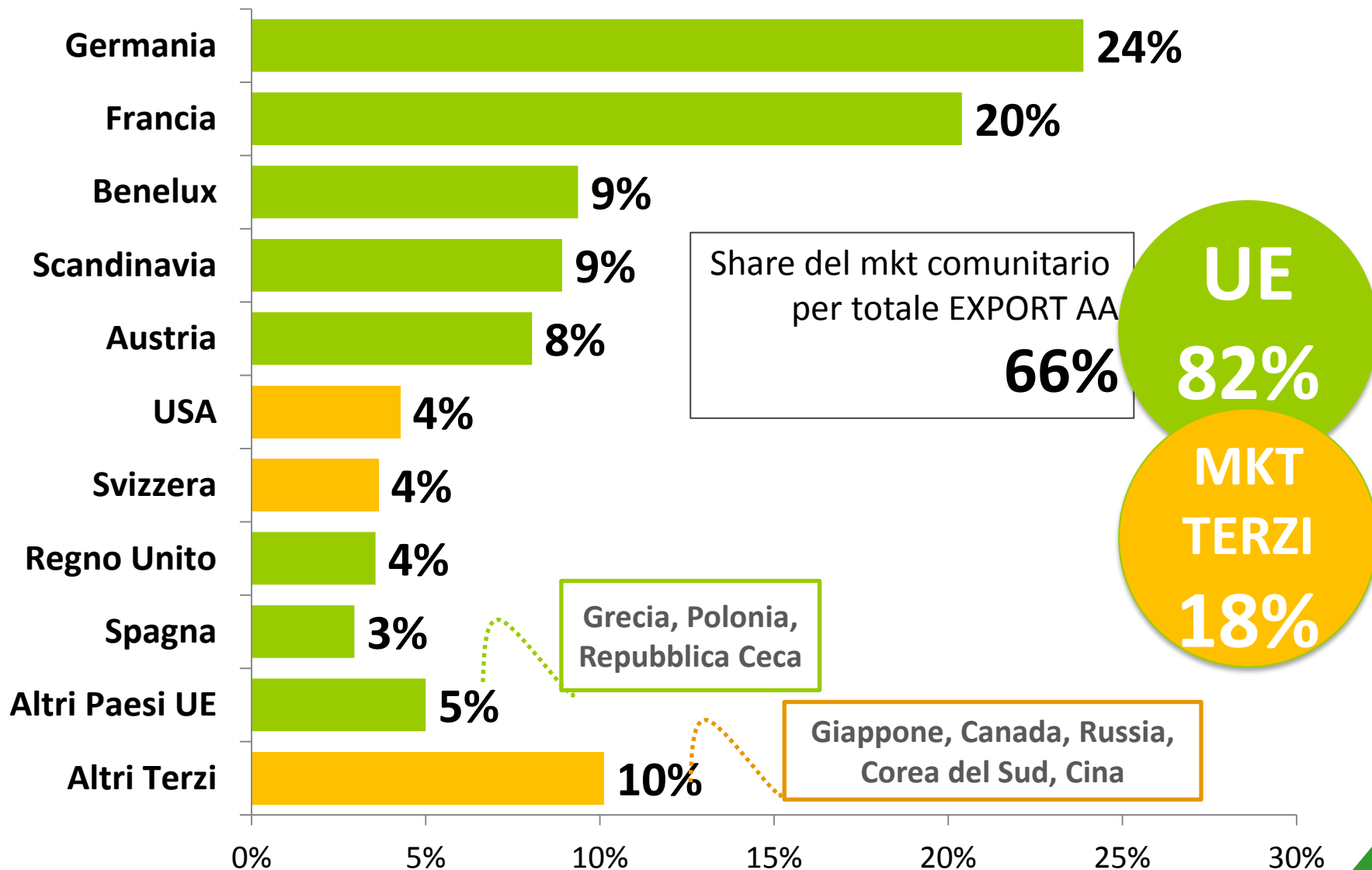
---

Survey Nomisma  
Mercati esteri presidiati,  
Portfolio, Motivazioni

# MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO - 2014



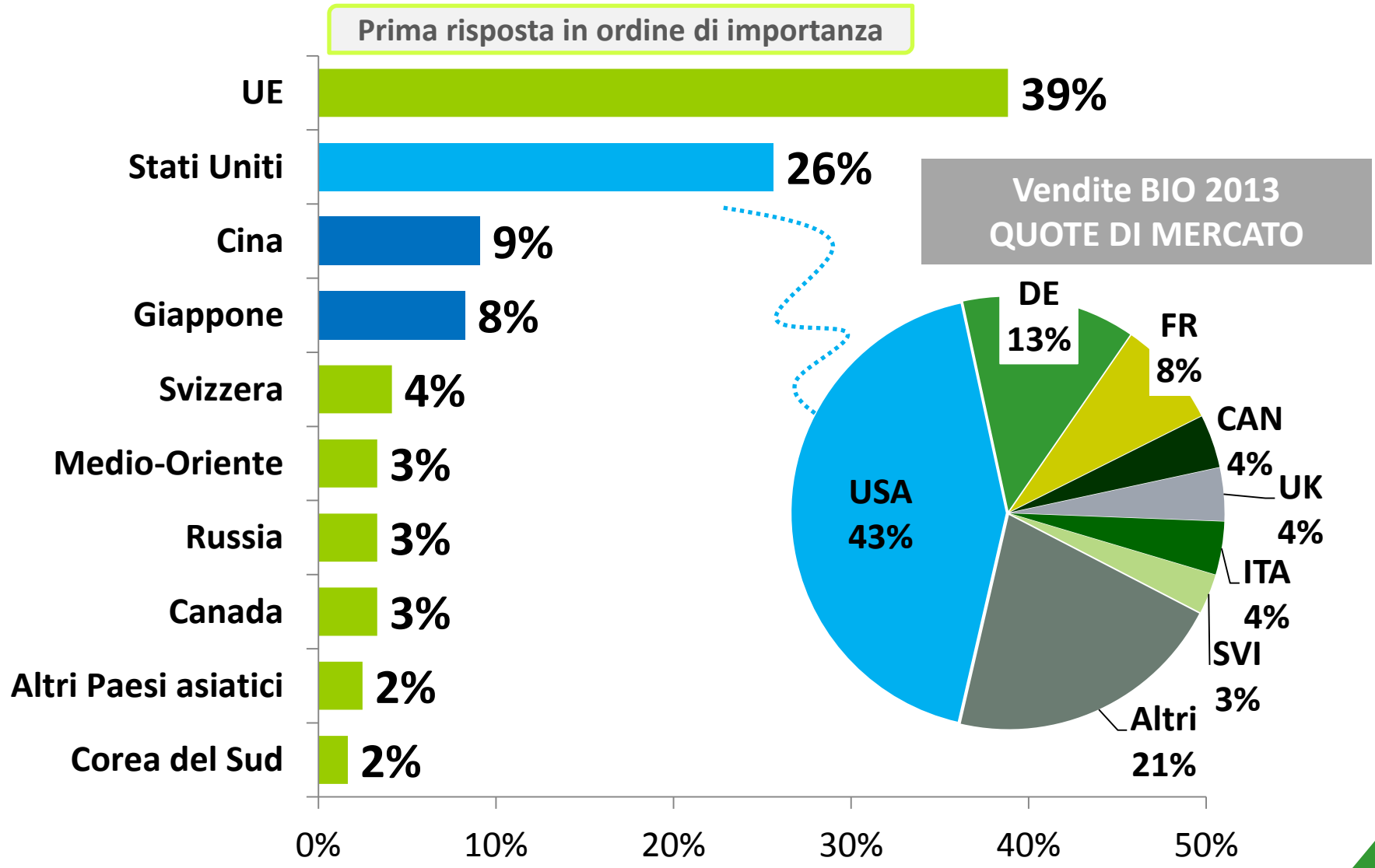
% Fatturato Export Agroalimentare BIO per principali paesi di destinazione



# MERCATI DI DESTINAZIONE PIÙ PROMETTENTI



Secondo Lei, quali saranno, i mercati esteri più promettenti nel prossimo triennio per i prodotti agroalimentari biologici?



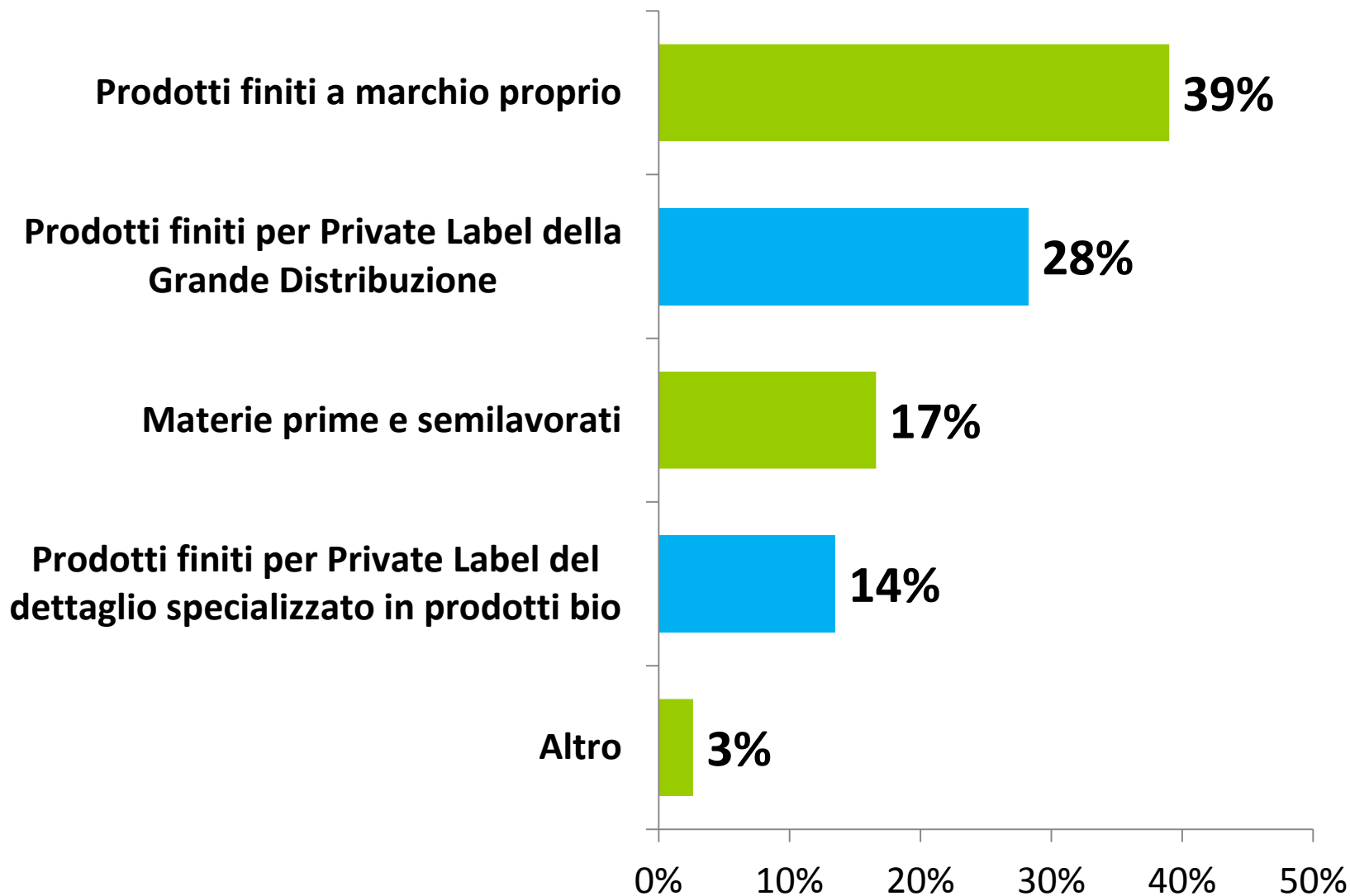
Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015



# TIPOLOGIA DI PRODOTTO BIO ESPORTATO - 2014



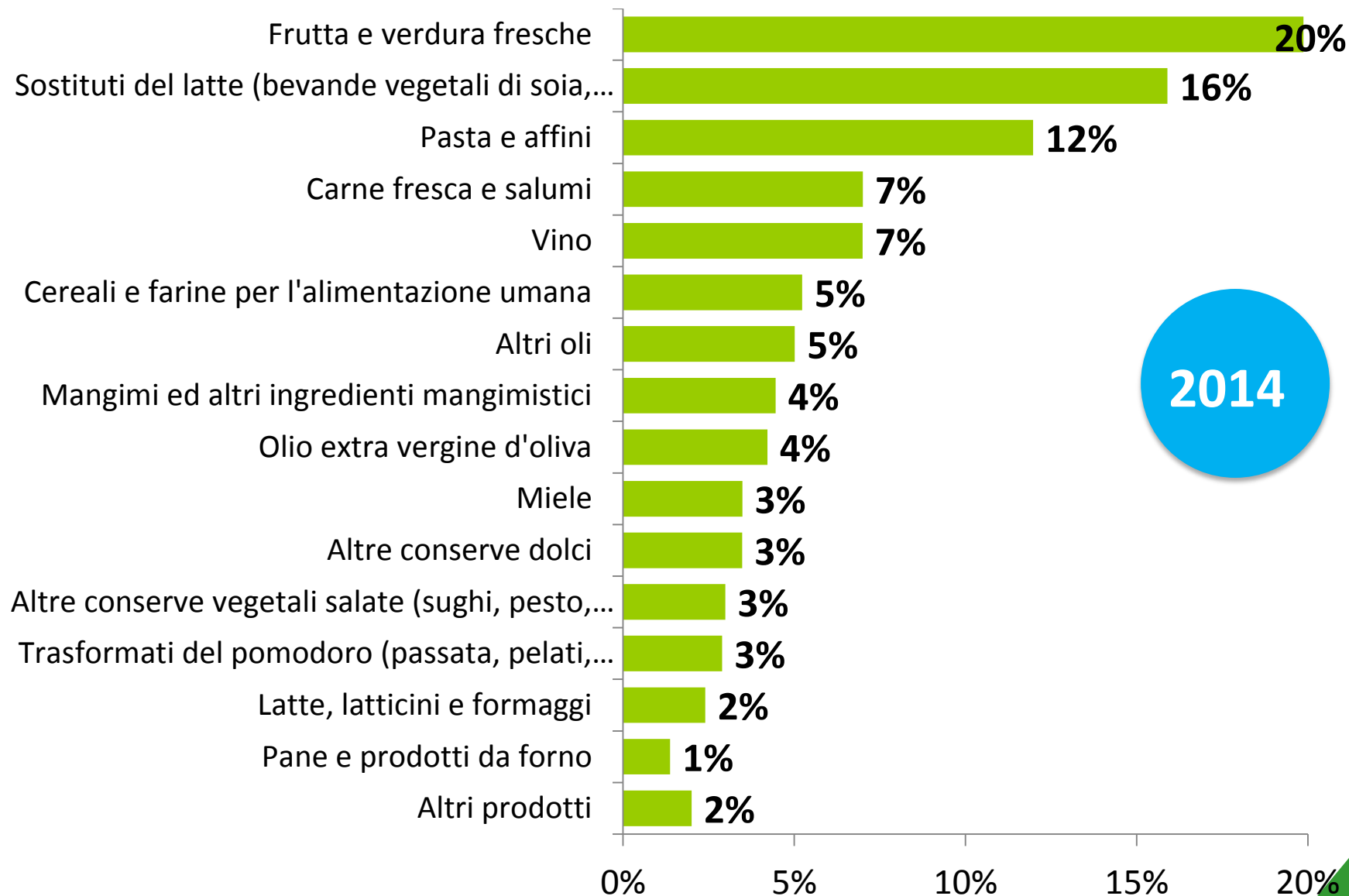
% Fatturato Export Agroalimentare BIO per tipologia di prodotto



# PRODOTTI ITALIANI A MARCHIO BIO ALL'ESTERO



% Fatturato Export Agroalimentare BIO per prodotto



2014

# PUNTI DI FORZA DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI



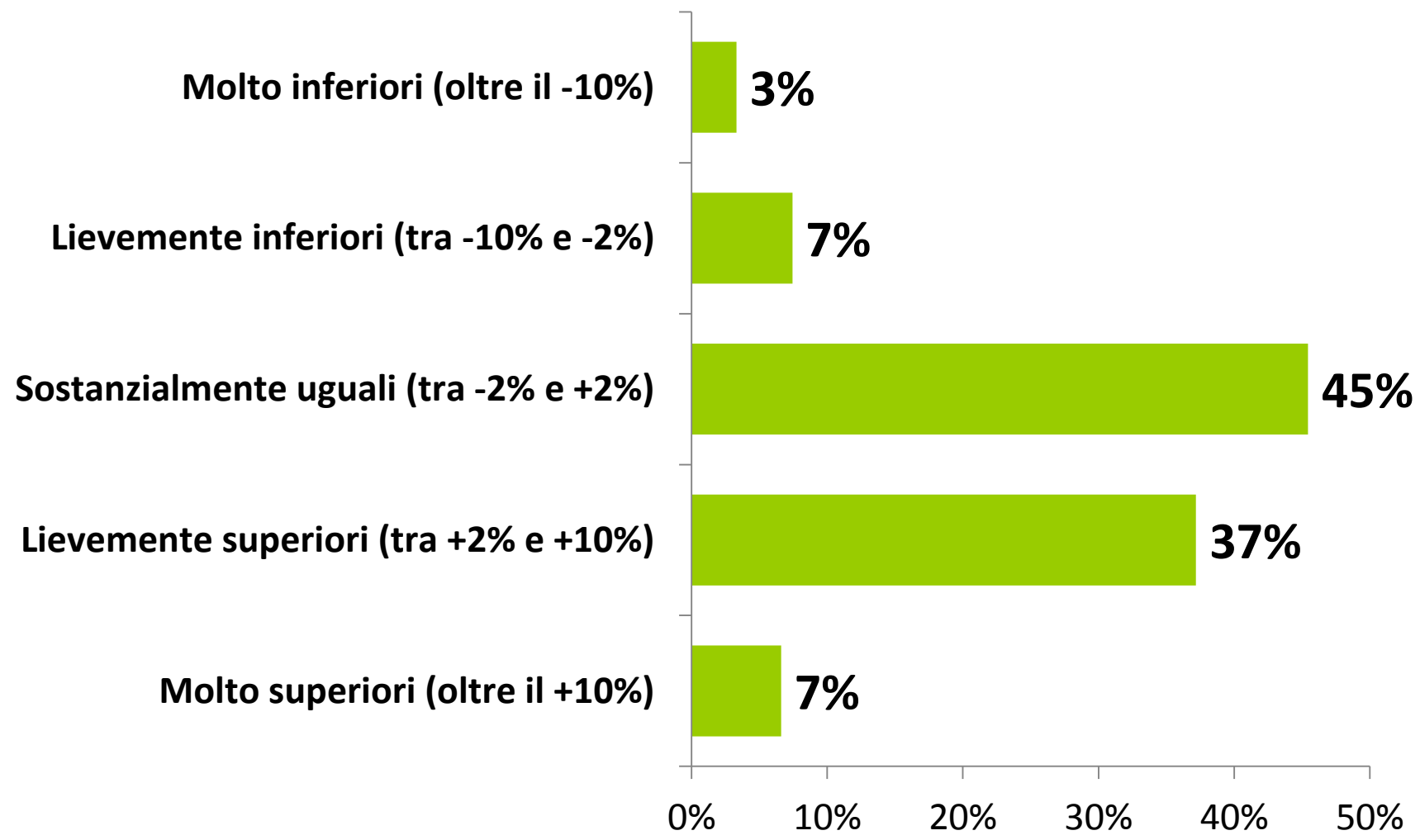
Quali sono, secondo Lei, le caratteristiche vincenti di un prodotto agroalimentare a marchio BIOLOGICO italiano sui mercati esteri?



# I PREZZI DEI PRODOTTI BIO SUI MERCATI ESTERI



Rispetto ai prezzi di vendita dei prodotti biologici venduti sul mercato italiano nell'analogo canale, i prezzi di vendita dei prodotti biologici esportati sono mediamente...



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2015



4



---

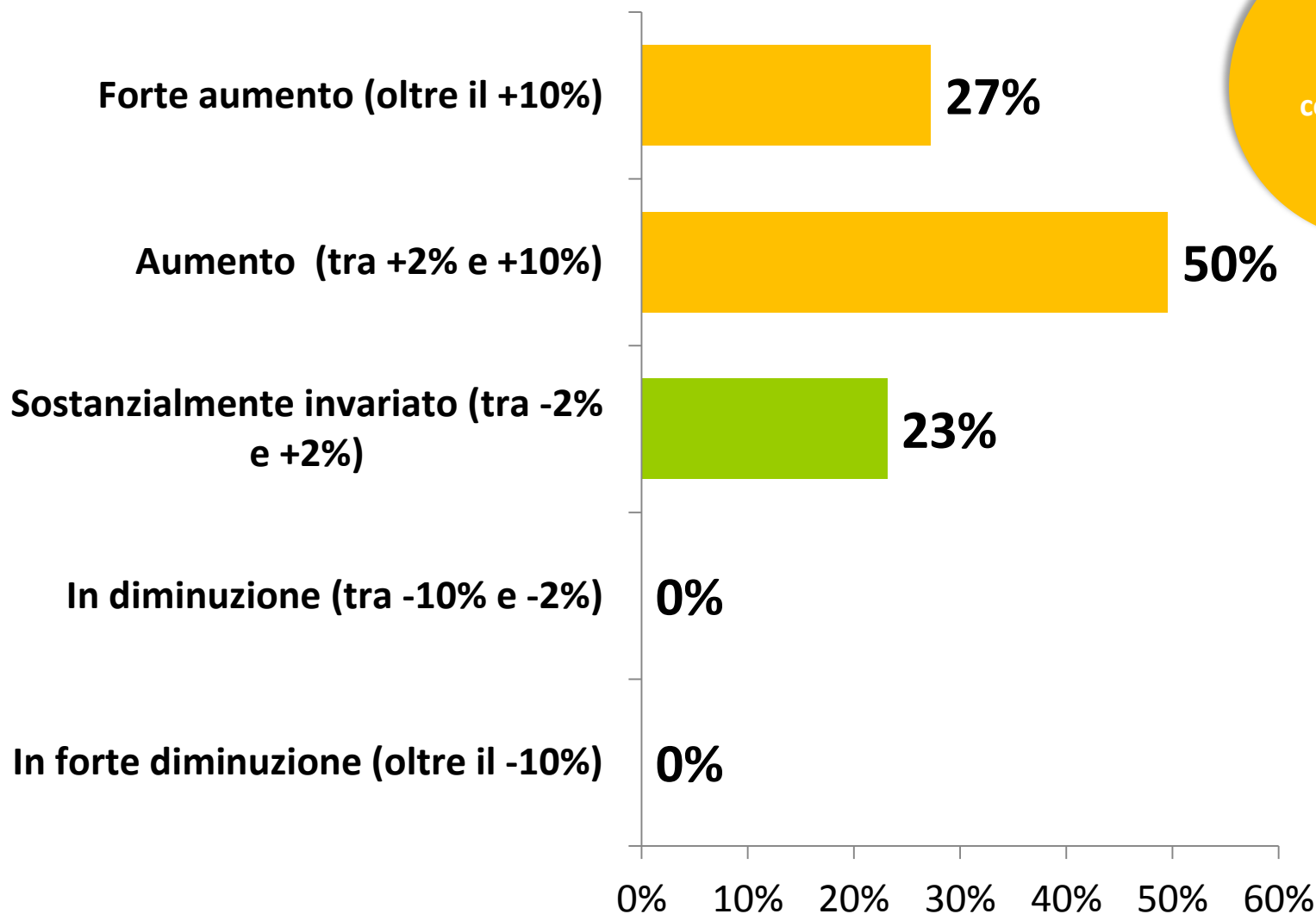
# Survey Nomisma

## Le prospettive delle imprese

# 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...

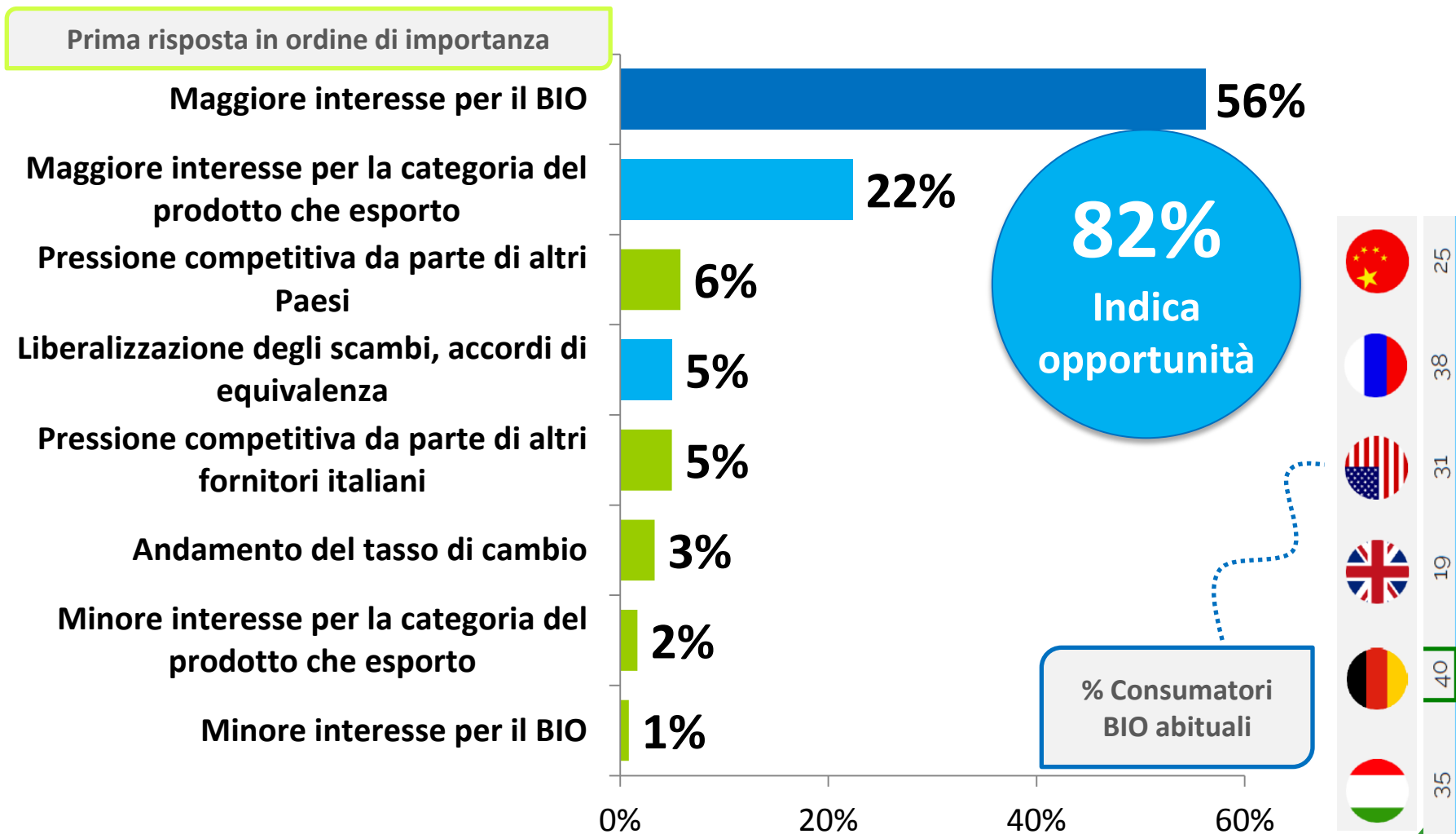


**77%**  
Imprese con fatturato Export bio in crescita

# ASPETTI CHE INFLUENZERANNO IL BIO ITALIANO ALL'ESTERO NEI PROSSIMI ANNI



Secondo Lei, quali aspetti incideranno maggiormente sull'andamento del fatturato estero di prodotti agroalimentari a marchio BIO delle aziende italiane nei prossimi 3 anni?





5



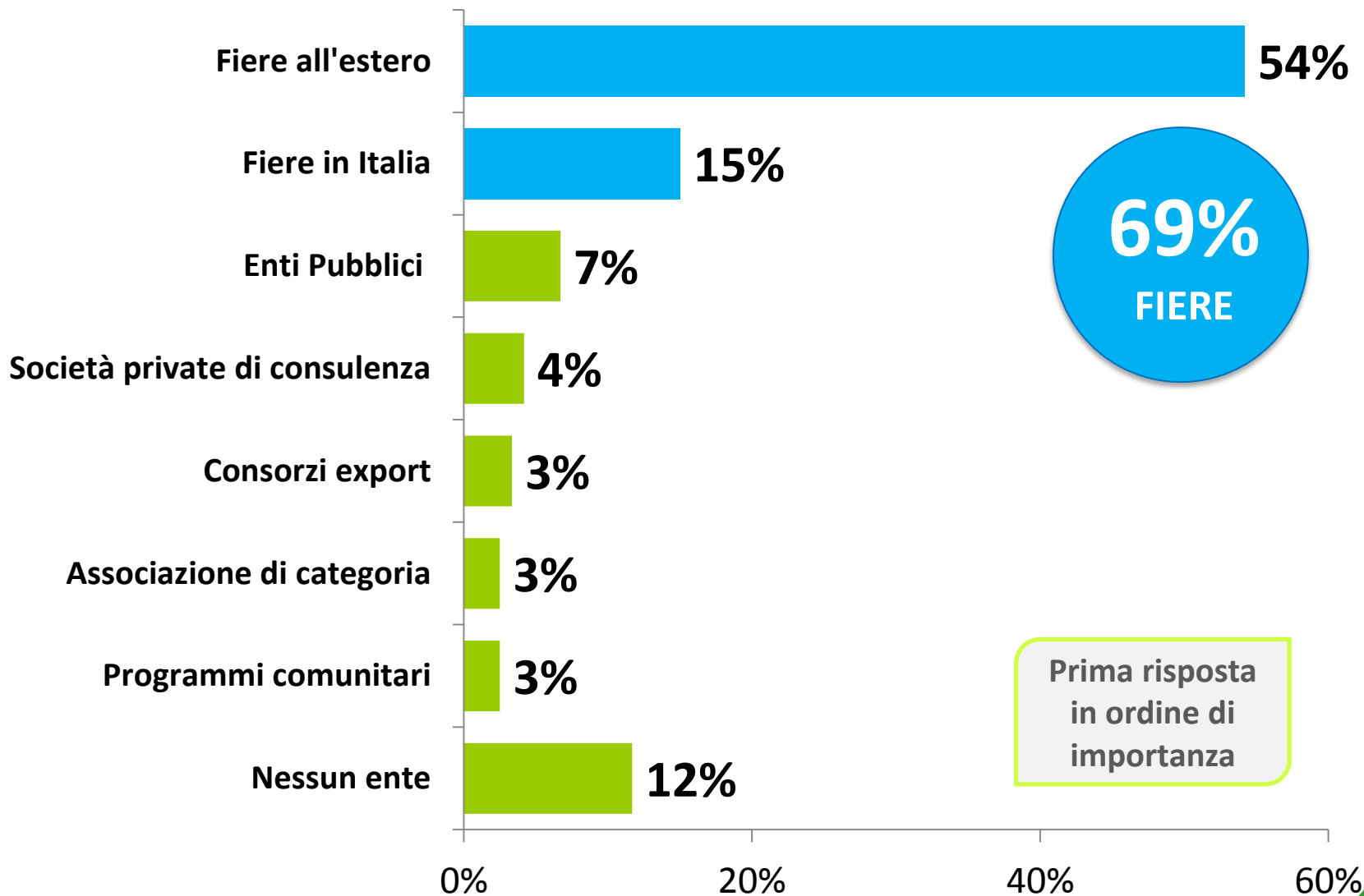
Survey Nomisma  
Strumenti e politiche  
promozionali a supporto  
delle imprese BIO



# SUPPORTO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE



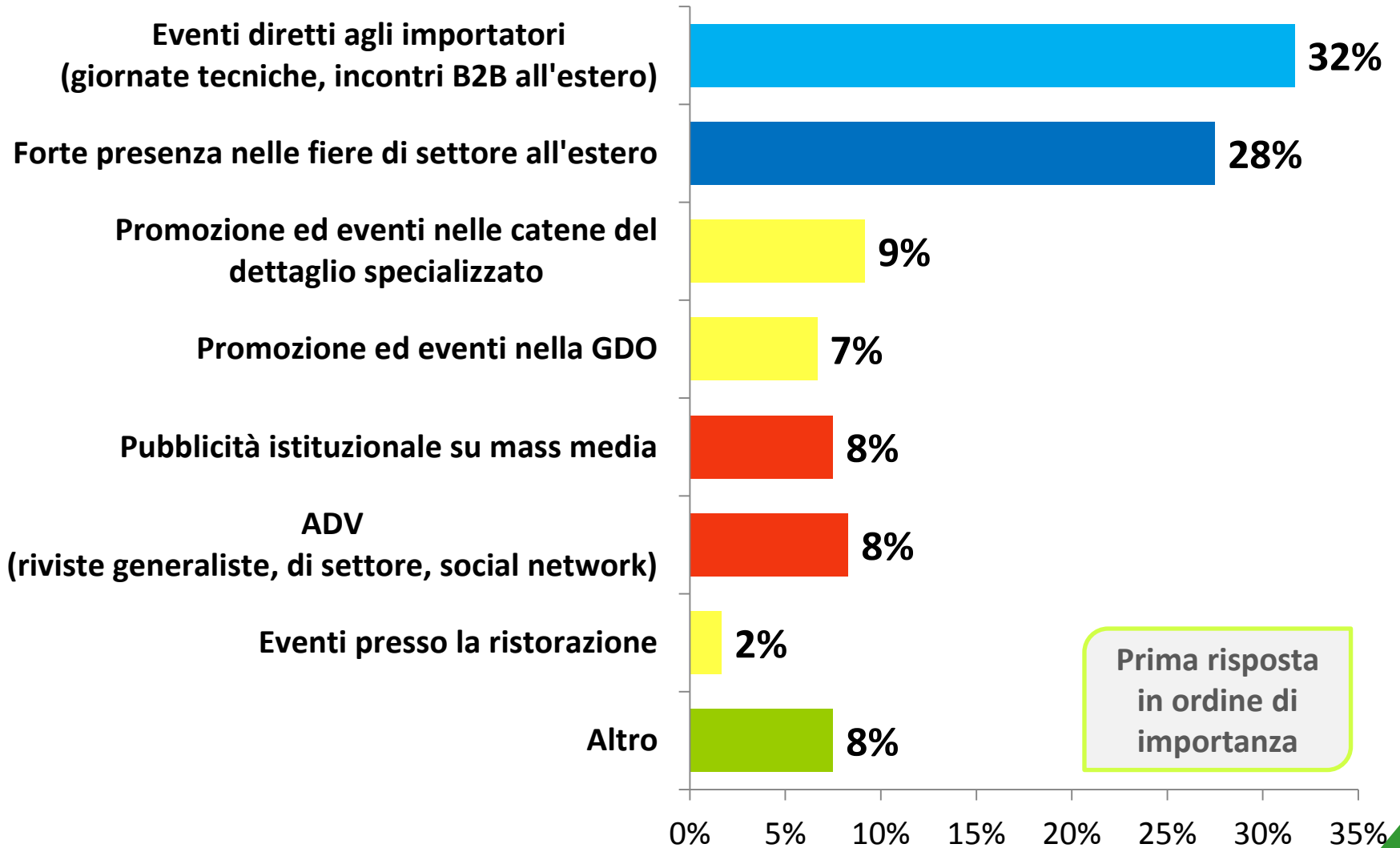
Quali enti di supporto all'internazionalizzazione hanno avuto un ruolo importante per raggiungere i mercati esteri?



# COMUNICARE IL VALORE DEI PRODOTTI BIO ALL'ESTERO



Quali sono le modalità più efficaci con cui l'azienda o le istituzioni dovrebbero comunicare il valore dei prodotti biologici italiani nei mercati esteri?



# LE POLITICHE A SUPPORTO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE



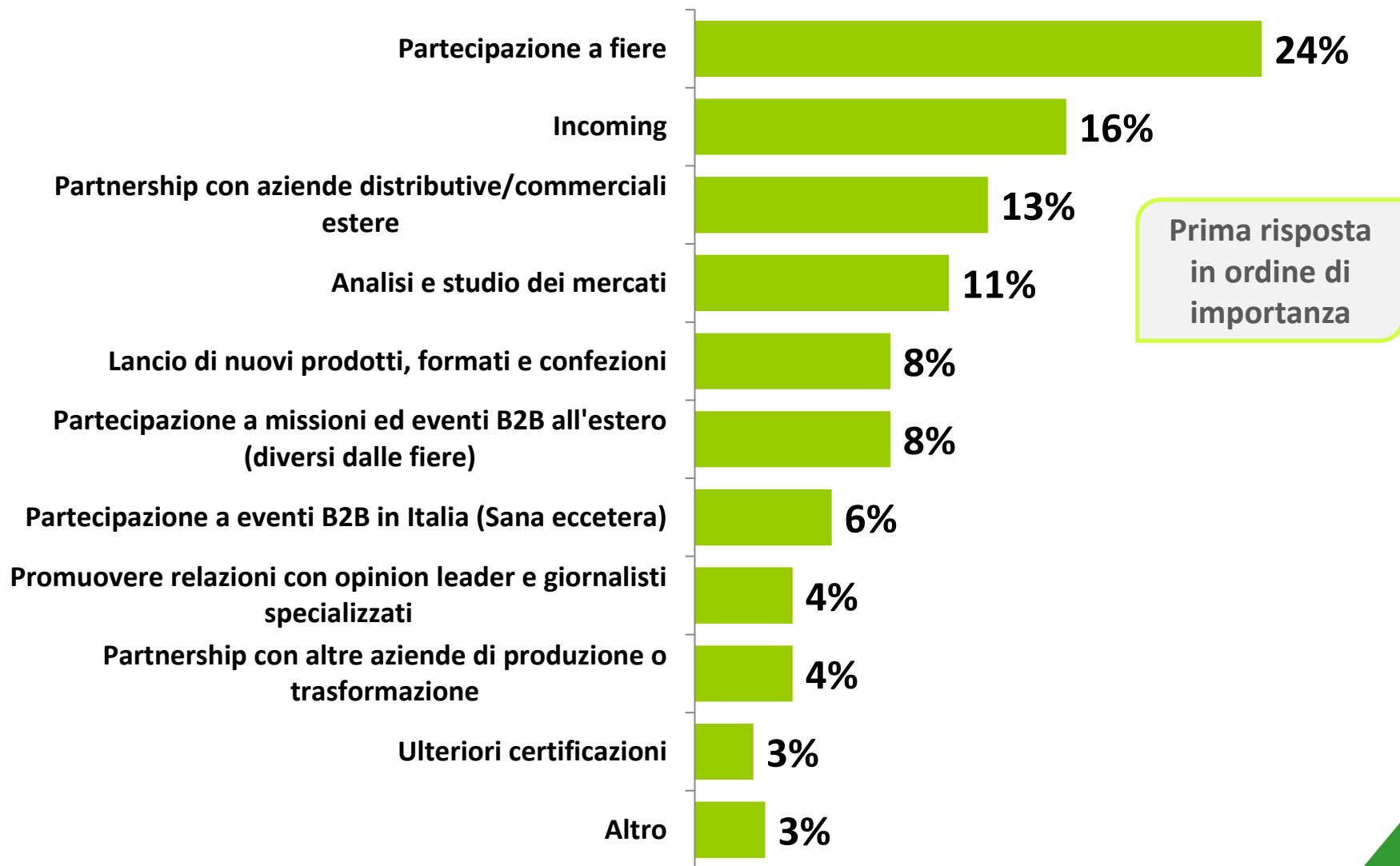
Quali sono, secondo lei, le politiche maggiormente utili alle imprese che esportano prodotti agroalimentari a marchio biologico per favorire la presenza sui mercati esteri?



# STRATEGIE DELLE IMPRESE ITALIANE BIO ALL'ESTERO



Quali sono le principali azioni che l'azienda intende attuare per accedere ad ulteriori mercati esteri o consolidare la presenza in quelli già presidiati?





**Silvia ZUCCONI**

**COORDINATORE**

**UNIT AGRICOLTURA E INDUSTRIA ALIMENTARE**

**[silvia.zucconi@nomisma.it](mailto:silvia.zucconi@nomisma.it)**

**T. 051 6483157**

**M. 348.1404616**