



È TEMPO DI AGRICOLTURA



Unione Europea / Regione Marche
PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020



Le prospettive del mercato del biologico in Italia

Angelo Frascarelli
Riccardo Meo
ISMEA



Direzione Sviluppo Rurale

Meet, 7 dicembre 2022

1

Struttura produttiva

Superfici e principali prodotti

Dati Strutturali Italia - 2021

2.186.570 ettari la superficie a livello nazionale

- +4,4% rispetto al 2020
- +87% in dieci anni
- L'Italia è il 3° Paese in Europa per estensione di superficie biologica dopo la Francia (2.776.799 ha) e la Spagna (2.437.891 ha)

17,4% l'incidenza della SAU biologica

- +0,8% sul 2020
- Nel 2010 era l'8,7% della SAU totale
- L'incidenza è del 10,5% in Spagna e del 9,1% in Francia (media UE 8,5%)

28,8 ha la dimensione media di un'azienda biologica

- 11,2 ha il dato medio nazionale

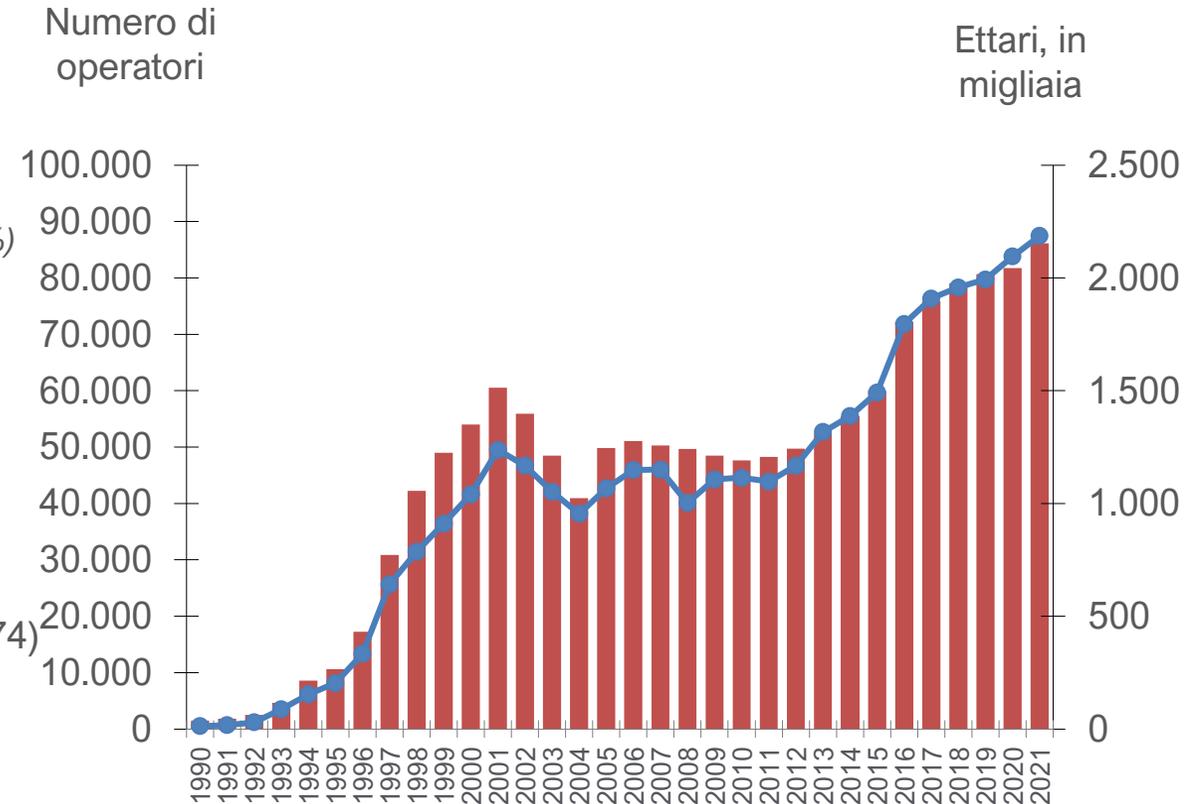
86.144 operatori

- +5,4% rispetto al 2020
- +73% in dieci anni
- L'Italia è il 1° paese in Europa per numero di aziende biologiche (75.874) prima della Francia (58.413)

6,6% l'incidenza delle aziende biologiche sul totale aziende agricole

- +0,4% rispetto al 2020
- 12,8% l'incidenza delle aziende bio in Francia

Operatori e superfici bio in Italia





Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

2

Mercato

Valore dei principali prodotti

Mercato di biologico in UE

44,8 Mld di € nel 2020

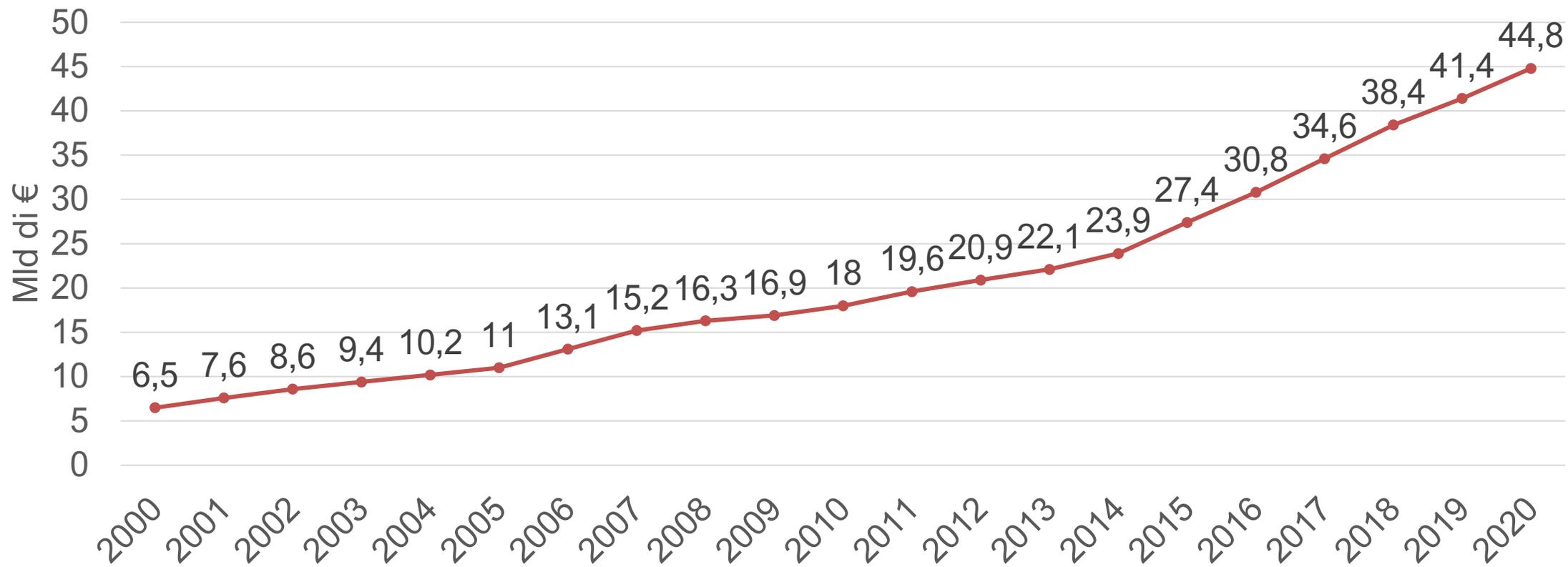
101,8 €
consumo procapite

+152,1%
Crescita 2020-2011

1° Germania → 15 Mld di €
2° Francia → 12,7 Mld di €
3° Italia → 3,9 Mld di €

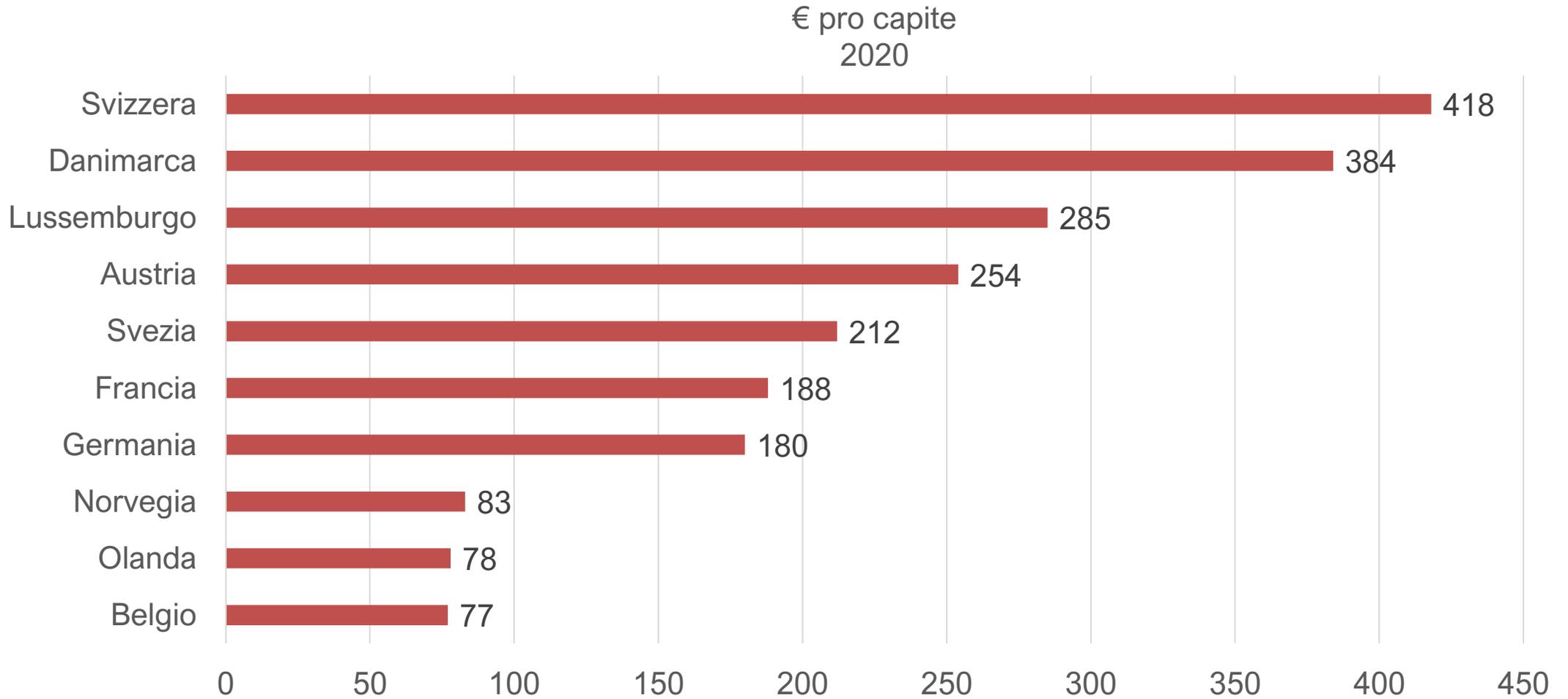


Mercato di biologico in UE



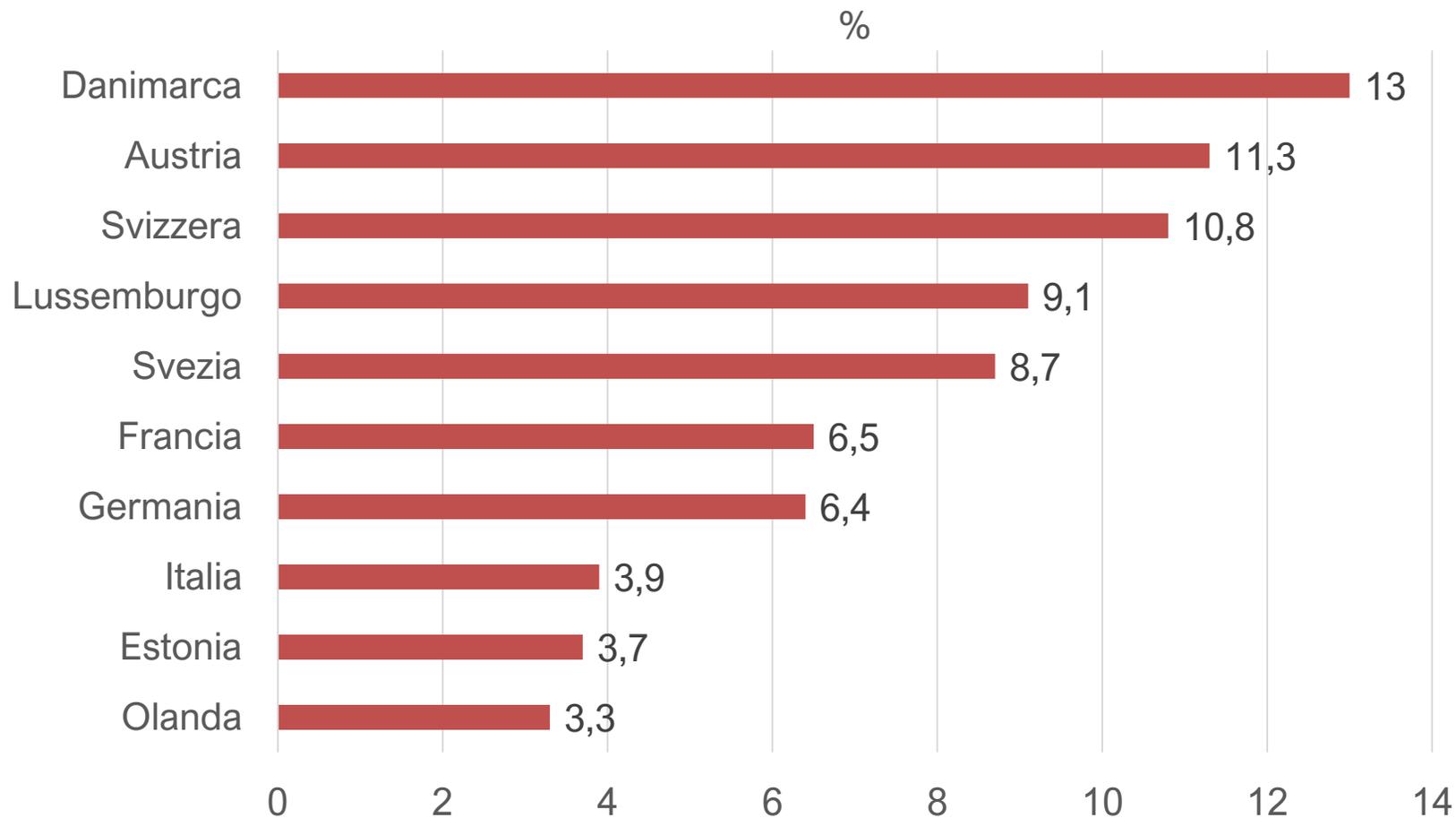
- I consumi di bio in EU crescono del 63,5% in 5 anni
- La crescita è disomogenea nei diversi Stati Membri

Mercato di biologico in UE



- L'Italia (64€ pro capite) non rientra tra i primi 10 paesi europei per consumo di biologico

Incidenza BIO/Agroalimentare

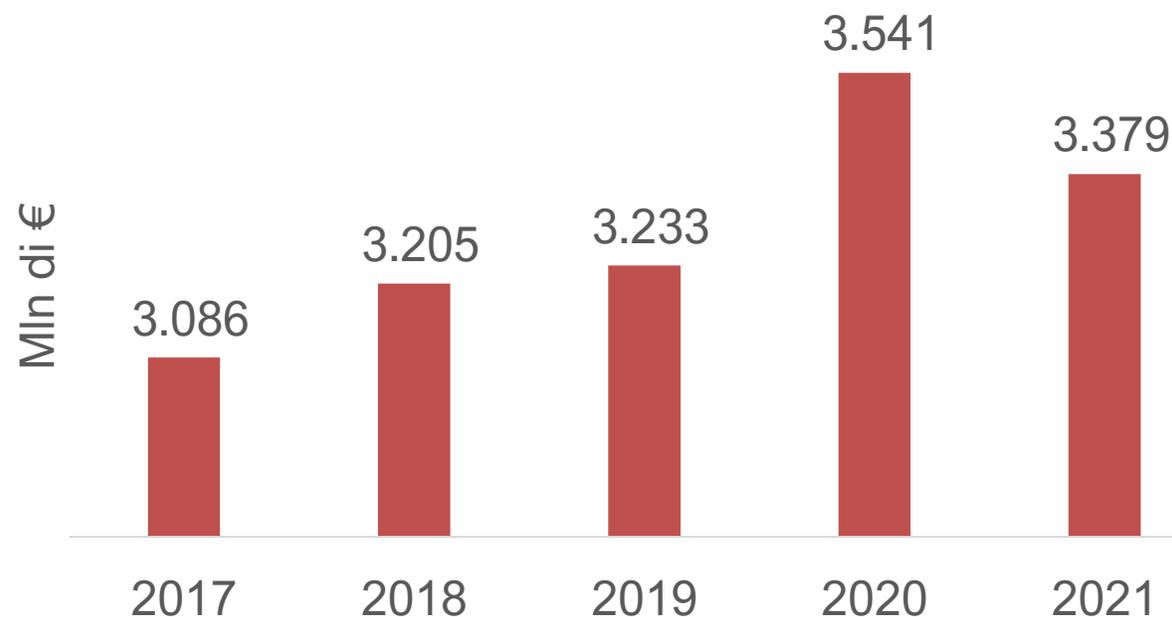


- In IT la quota di biologico negli acquisti domestici è inferiore al 4% (su 100€ di spesa 3,9 € finiscono nel carrello del bio)

VENDITE BIO MERCATO ITALIA

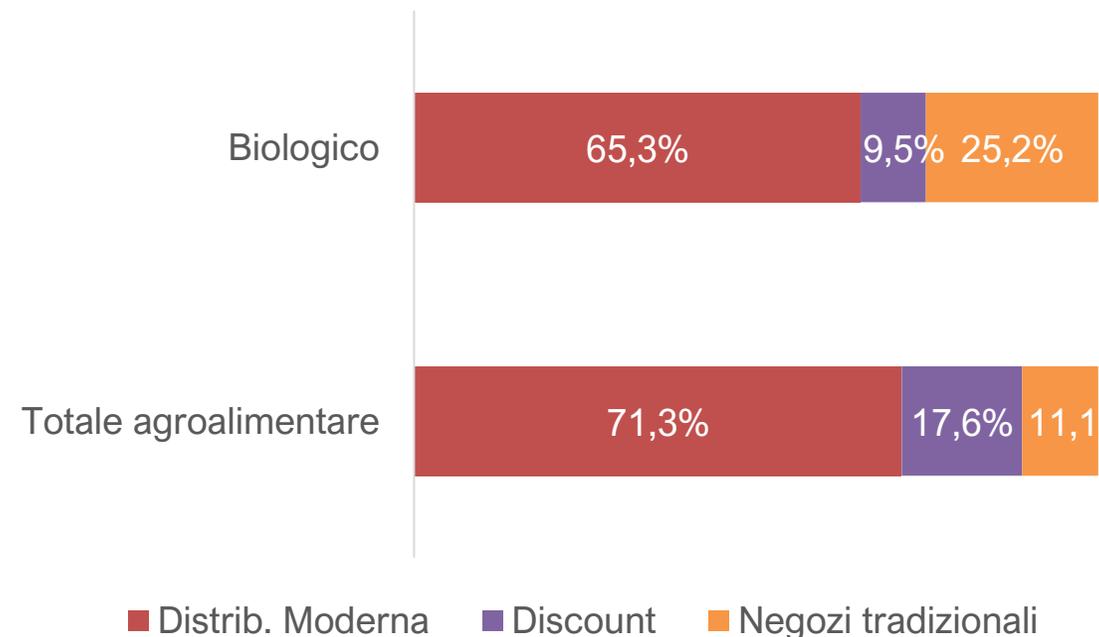
- ✓ 3,38 Mld di € i consumi domestici
 - ✓ **In flessione del -4,6% rispetto al 2020**
 - ✓ +4,5% rispetto al 2019
- ✓ **Gennaio - Ottobre 2022 → mercato stagnante rispetto all'anno precedente (-0,11%)**

Biologico Valore mercato domestico

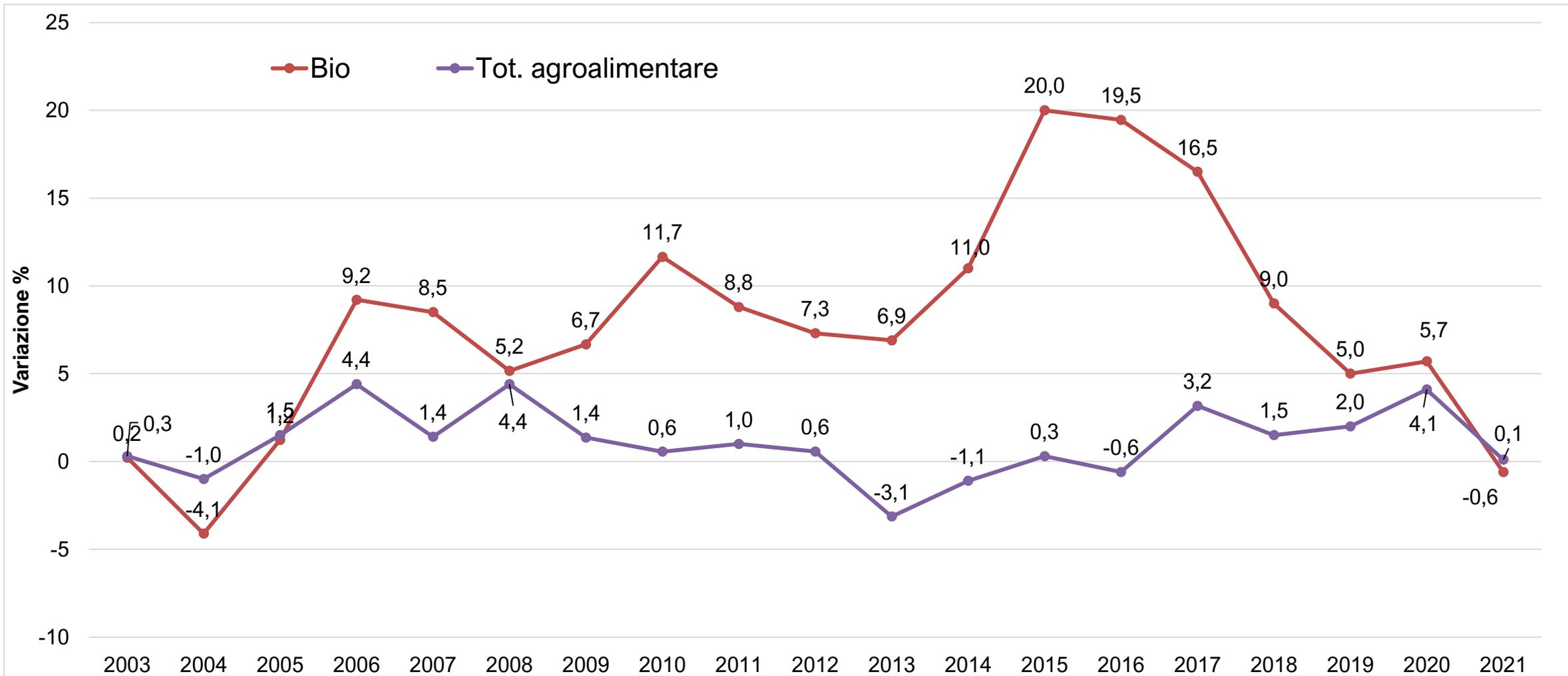


Il Mercato: canali di vendita Italia - 2021

- La distribuzione moderna è il canale di vendita più importante per il bio
- I negozi specializzati subiscono un rallentamento ma il canale mantiene un peso fondamentale per il settore del biologico
- I Discount sono l'unico canale in crescita anche nel 2021
→ componente prezzo sempre più importante anche per i prodotti biologici

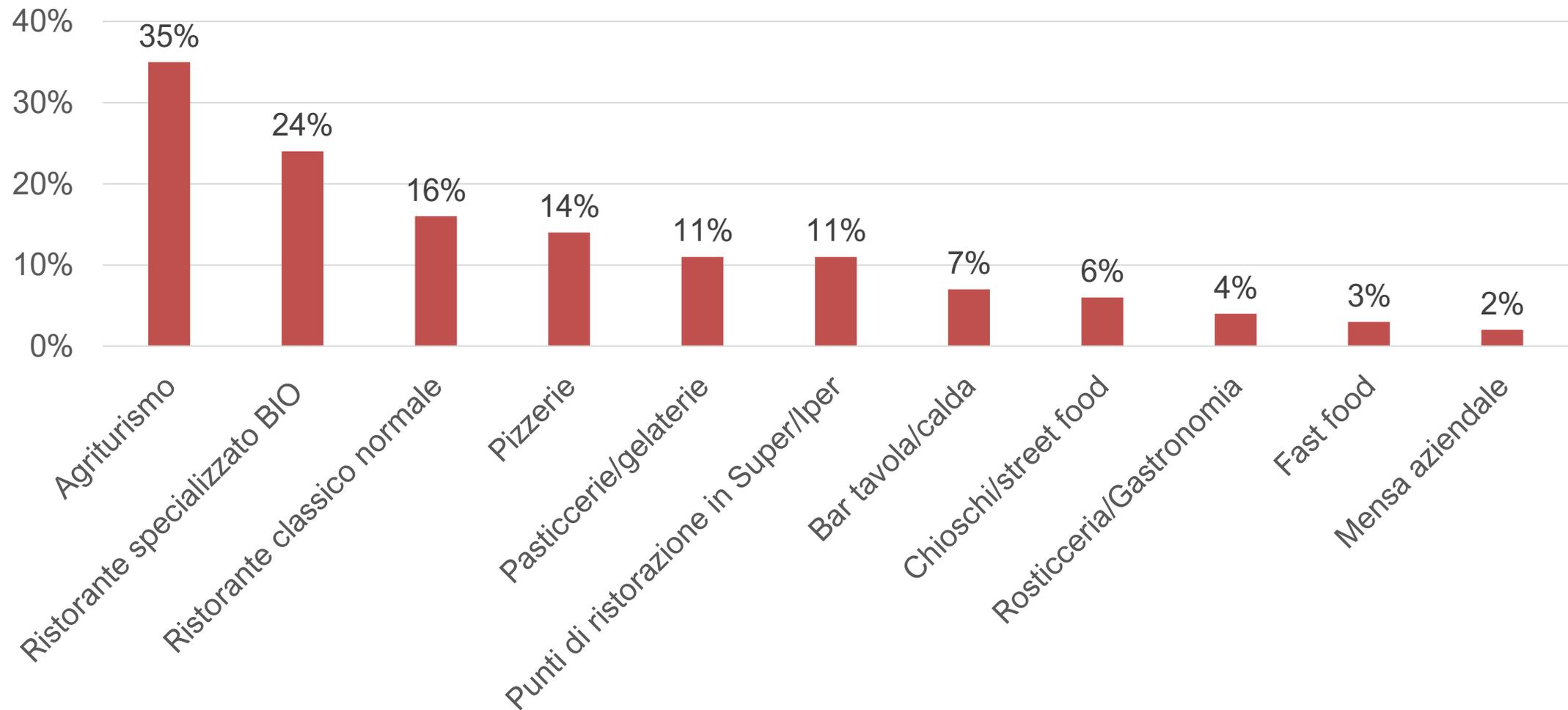


Il Mercato: consumi domestici nella GDO – serie storica



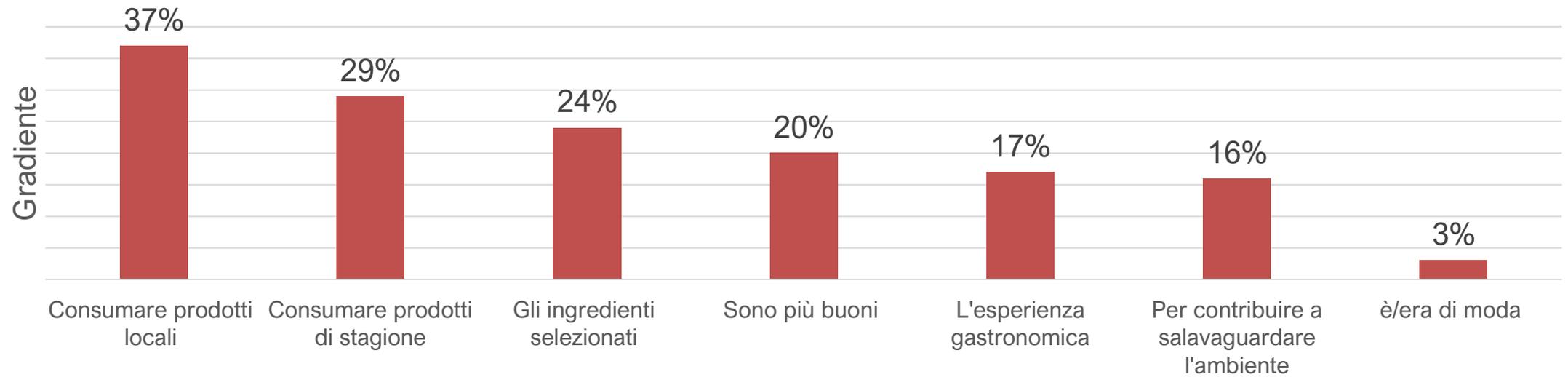
- Gli indici di crescita più alti per il mercato del bio si registrano tra il 2014 e 2018
- Nell'ultimo biennio lo sviluppo del biologico rallenta fino a mostrare crescita inferiori rispetto all'agroalimentare convenzionale

Il biologico fuori casa: luoghi di consumo



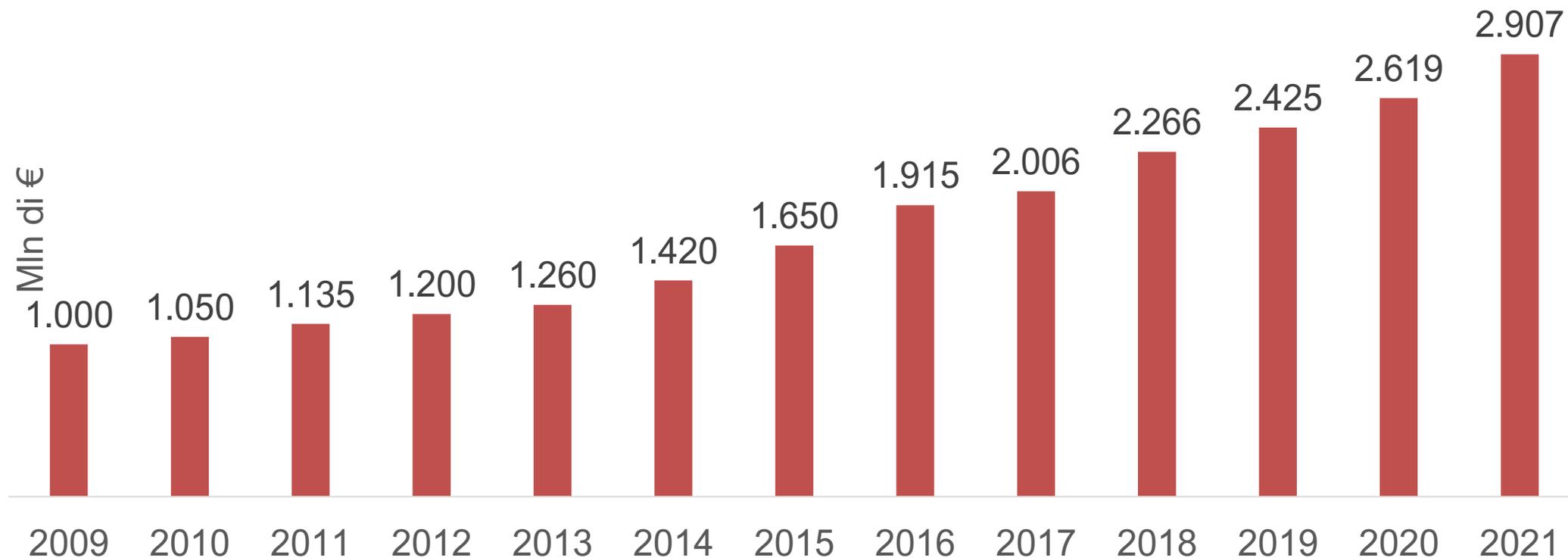
- I consumatori spesso associano il biologico al concetto di naturale e di rispetto dell'ambiente. Anche per questo tra i luoghi di consumo preferiti rientrano gli agriturismi

Il biologico: alcune motivazioni di acquisto



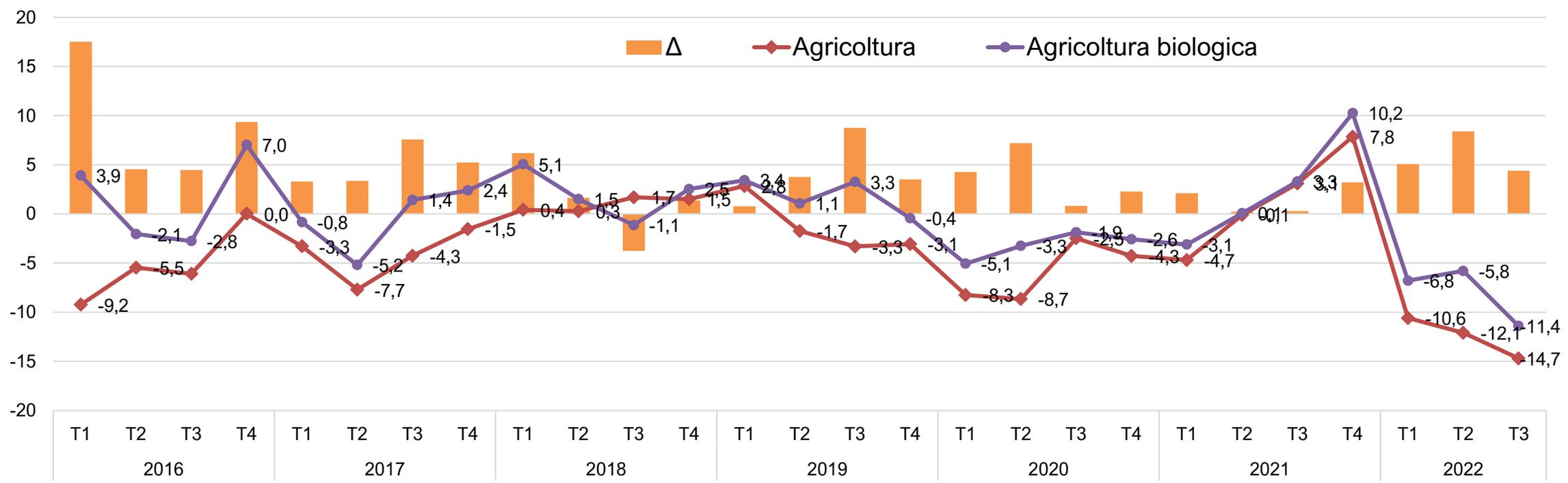
- Il consumatore si avvicina al biologico perché ritiene che il processo certificato sia garanzia di produzioni genuine, buone, salubri e con un importante contenuto valoriale, ambientale e sociale

Esportazioni di prodotti biologici italiani



- 6% il peso del bio sul totale export agroalimentare
- +156% di crescita del valore dell'export di biologico dal 2010

Il clima di fiducia nelle aziende biologiche



- ✓ La crescita dei prezzi all'origine ha migliorato la fiducia delle aziende bio e convenzionali nel secondo semestre 2021
- ✓ Il rialzo dei costi energetici e degli input produttivi ha fatto però crollare le aspettative nel 2022 per tutte le aziende
- ✓ La percezione delle imprese biologiche riguardo gli affari dell'anno corrente è pessimista
- ✓ Non buone sono anche le prospettive future

Spunti di interesse per l'incontro

- L'inflazione ha inciso diversamente tra le categorie di spesa: si spende meno sui prodotti più costosi
- Per via dell'inflazione molti supermercati stanno disinvestendo sul biologico che non è più profittevole
- La stagnazione del consumo domestico di prodotti biologici è una condizione che oggi accomuna i più importanti Paesi europei (es. Germania e Francia)
- Comunque, l'esportazione dei prodotti bio continua un trend positivo
- Molte persone mostrano ancora diffidenza e/o noia nei confronti del biologico nonostante sia fortemente cresciuto in tutto il mondo in coerenza con la salvaguardia dell'ambiente e della salute delle persone
- Puntare su immagine e valore delle produzioni italiane nei mercati ricchi dove il biologico ha un'alta richiesta
- Mirare alla crescita di filiere integrate nel biologico, ancora poco diffuse





Istituto di Servizi per il Mercato
Agricolo Alimentare



GRAZIE

Sede legale e amministrativa • Viale Liegi 26 • 00198 Roma centralino +39 06 85568200 u.r.p.
+39 06 85568319/260 www.ismea.it @ismeaoofficial