



[nomisma.it](http://nomisma.it)

---

# I CONSUMI ALIMENTARI IN ITALIA...E IL BIO?

Area Agroalimentare - Nomisma

# COME CAMBIA IL MODELLO DI CONSUMO NELLA CRISI

**Avete cambiato le abitudini di acquisto nel corso dell'ultimo anno per risparmiare sulle spese?**

**Italia**  
**74%**

Spagna: 81%  
Francia: 69%  
Regno Unito: 65%  
Germania: 34%

Share degli acquisti in promozione nella GDO

**2014**  
**29,9%**

**2000**  
**18,4%**

**2013**  
**18,4%**

**2004**  
**12,6%**

Share degli acquisti private label nella GDO

il 21% degli acquirenti passa a marche più economiche

# ANCORA FLESSIONE DEI CONSUMI ALIMENTARI IN

ITALIA ....

**Vendite alimentari al dettaglio in Italia – variazioni tendenziali**

**FOOD  
OGGI**

**-0,7%**

Gen-Giu  
2014-2013

**-2,6%**

Piccole  
superfici

**-0,1%**

GDO

2013 SU 2012

**-1,1%**

I CONSUMI SONO AL PALO .... MA VOLANO I CONSUMI DI  
PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIO

# CONSUMI BIO IN ITALIA

Consumi BIO pro-capite

2013  
39€

2011  
28€

Totale Vendite BIO

2013  
2.320  
mln €

2011  
2.000  
mln €

$\frac{3}{4}$  della crescita del bio  
deriva dall'ampliamento del  
numero di famiglie  
acquirenti

% BIO su TOT spesa alimentare nella Gdo

2013  
1,96%

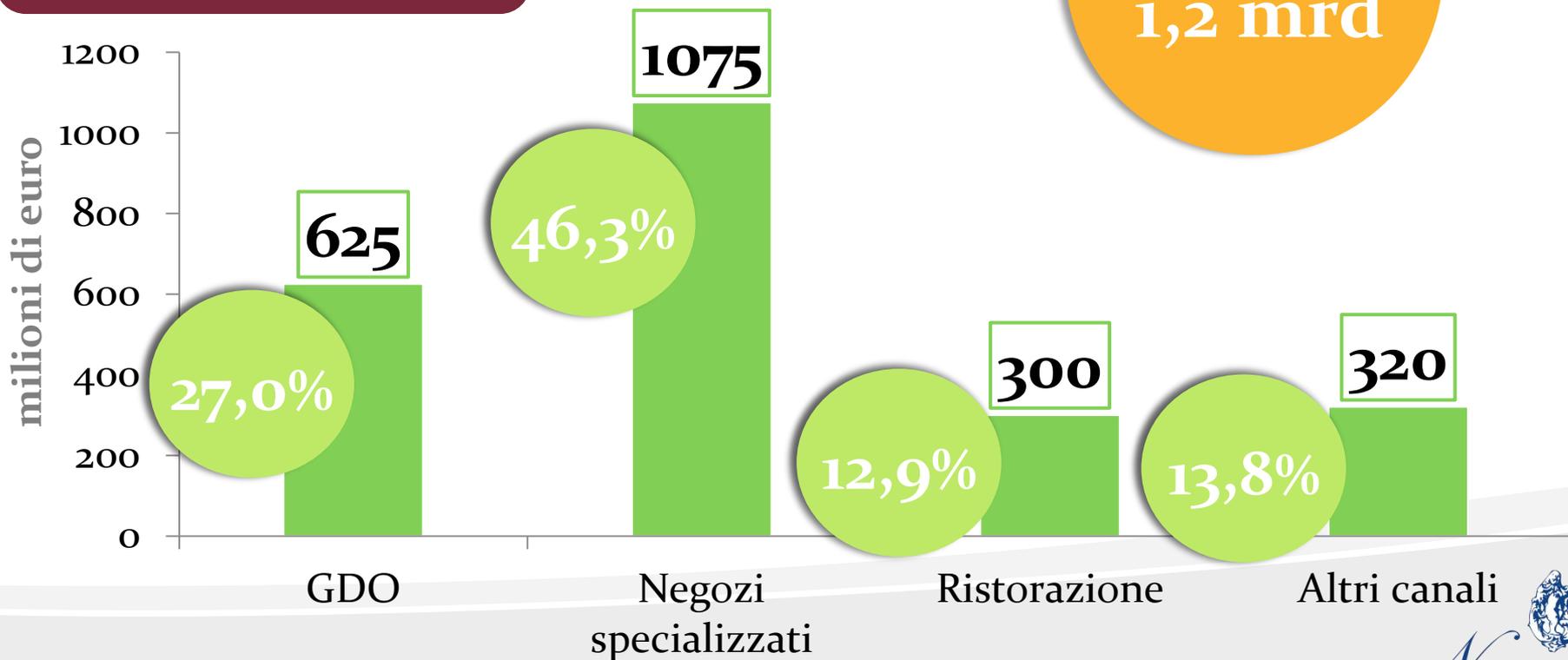
2011  
1,63%

# ITALIA: VENDITE BIO PER CANALE 2013

**2.320 mln €**  
sul mkt interno

**+6,7%**  
Rispetto 2012

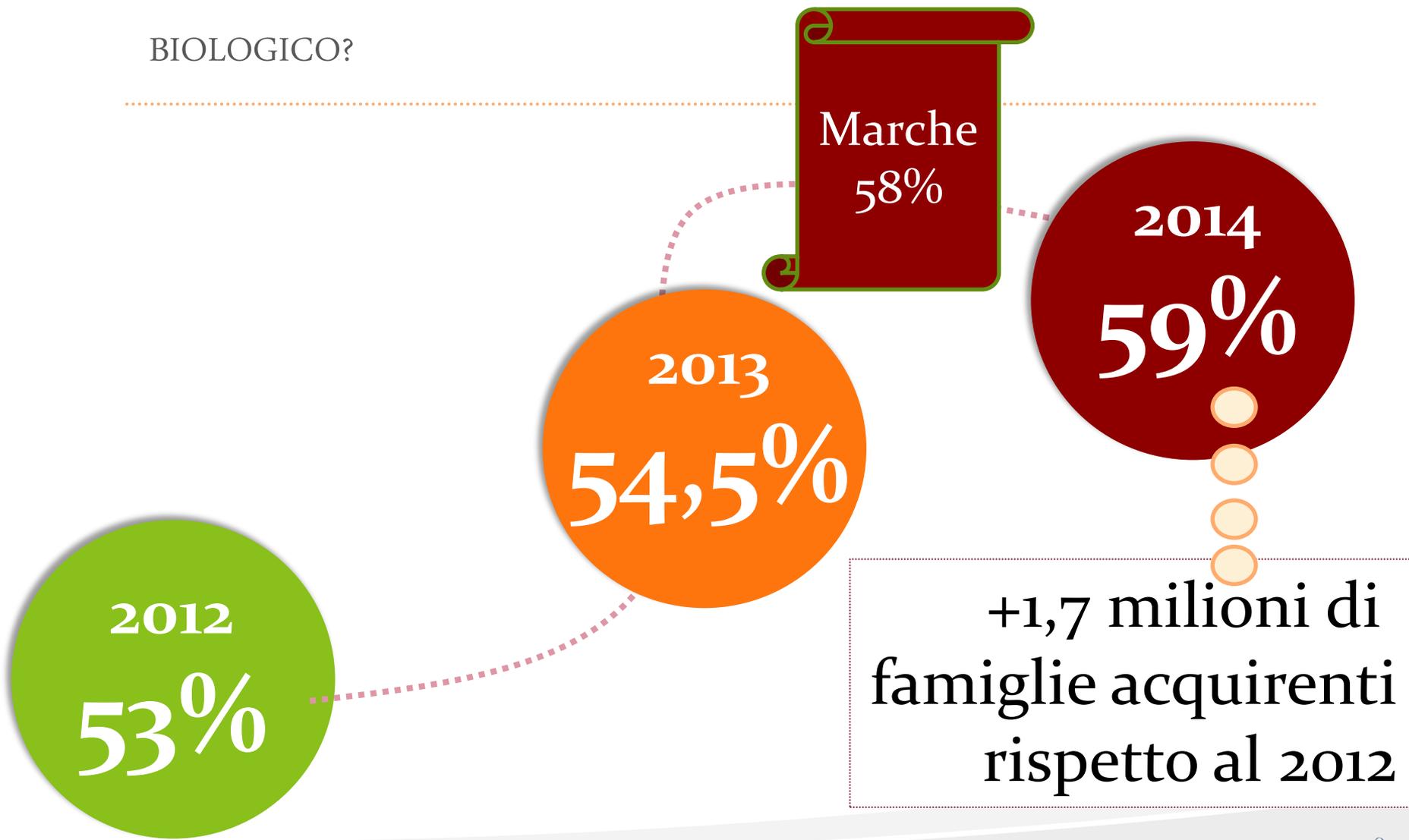
**Export BIO**  
**1,2 mrd**



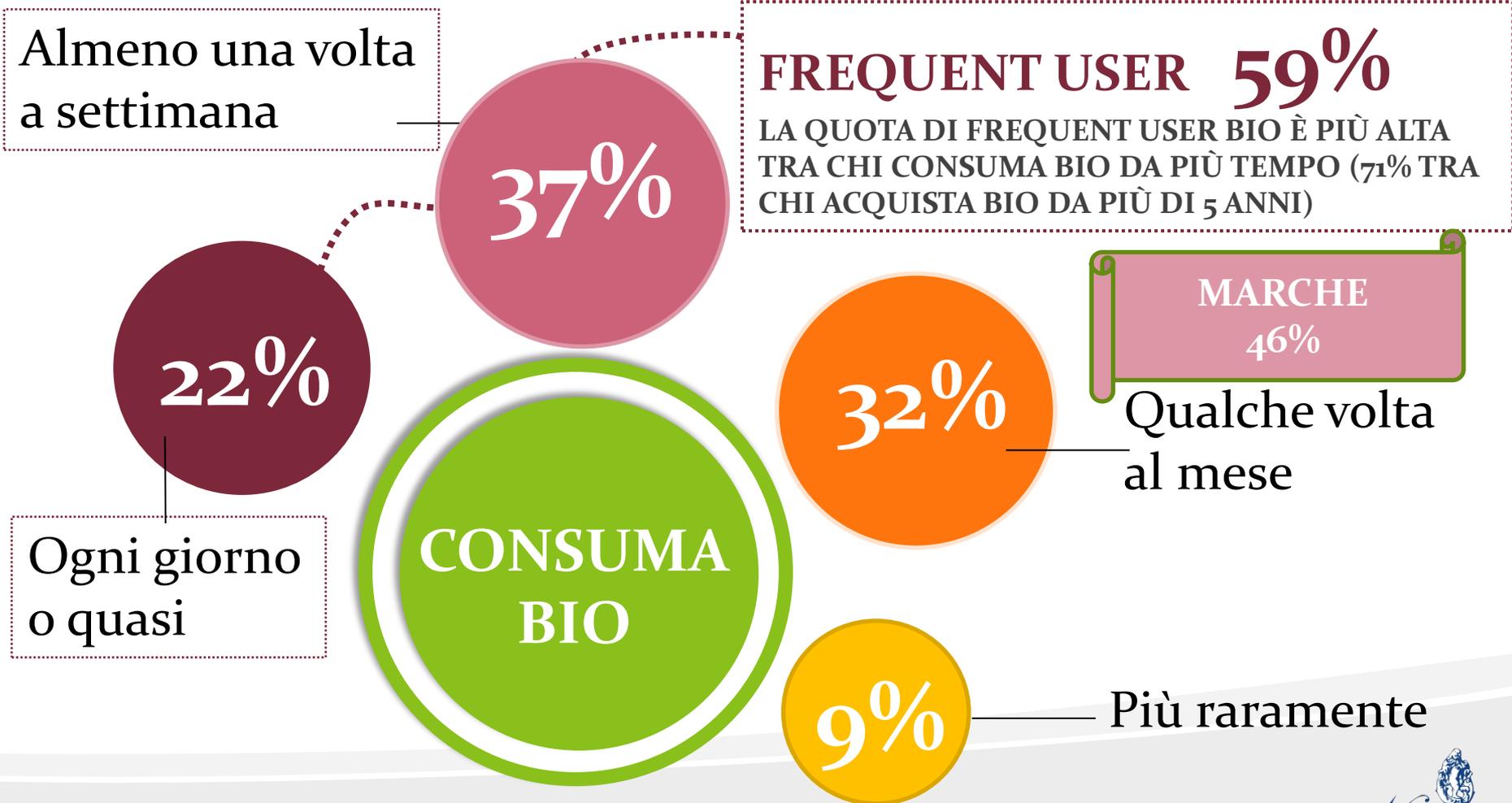
CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

# IL TASSO DI PENETRAZIONE DEI PRODOTTI A MARCHIO BIO

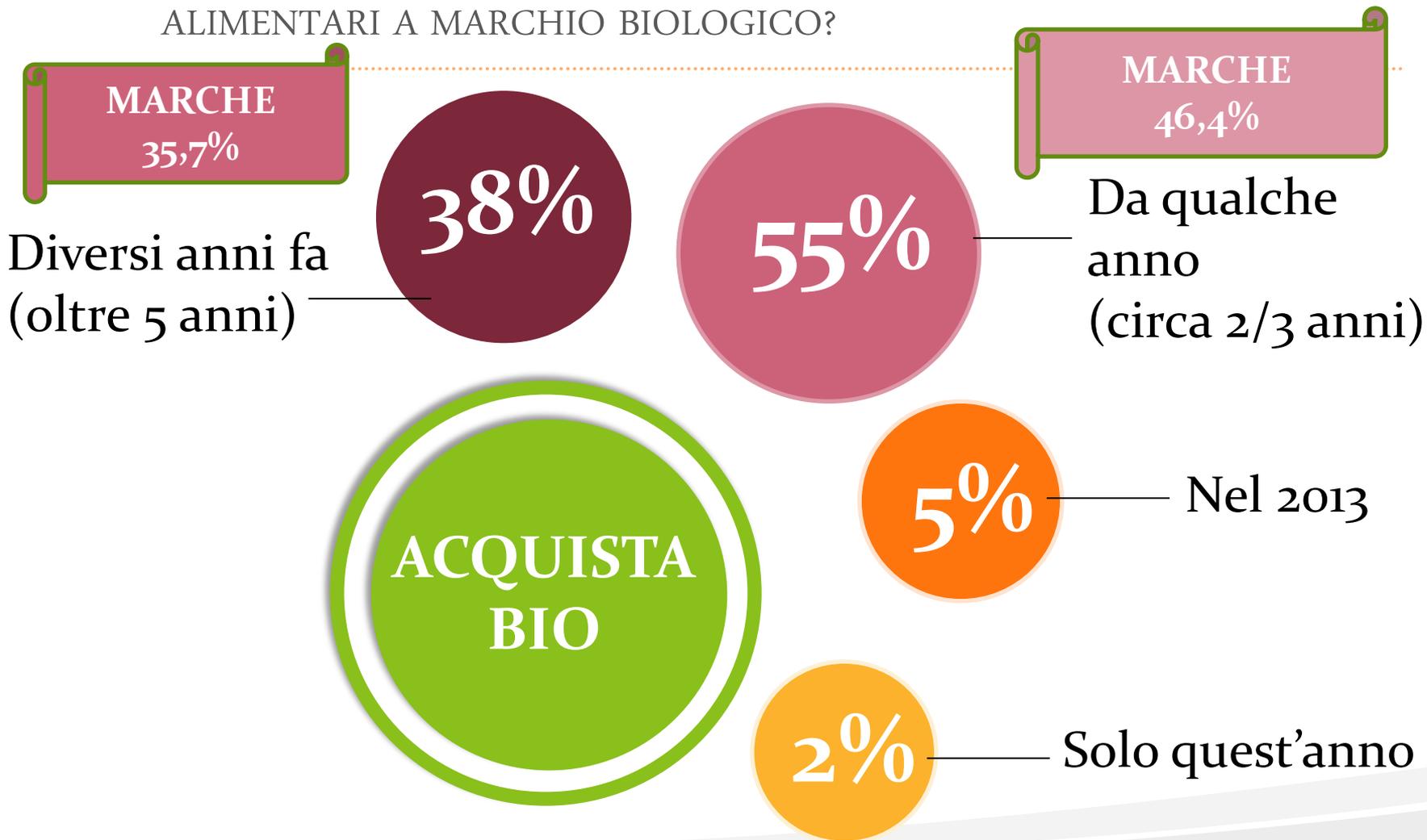
NEGLI ULTIMI 12 MESI, PER SÉ O PER LA SUA FAMIGLIA, HA ACQUISTATO IN ALMENO UN'OCCASIONE UN PRODOTTO ALIMENTARE CON MARCHIO BIOLOGICO?



NELLA SUA FAMIGLIA CON QUALE FREQUENZA SI CONSUMANO,  
MEDIAMENTE, PRODOTTI ALIMENTARI CON MARCHIO BIOLOGICO?



DA QUANTO TEMPO PER SÉ O PER LA SUA FAMIGLIA ACQUISTA PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO?



# TASSO DI PENETRAZIONE DEL BIO & CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE

## TASSO PENETRAZIONE ITALIA

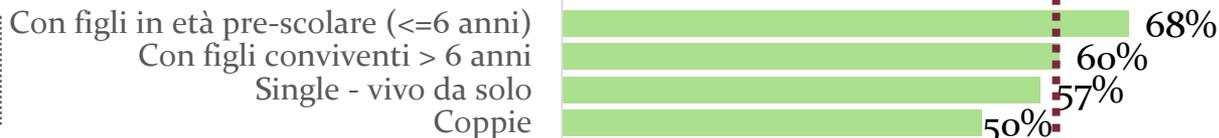
### ABITUDINI ALIMENTARI



### CLASSE REDDITO MENSILE FAMILIARE



### COMPOSIZIONE NUCLEO FAMILIARE



### TITOLO STUDI DEL RESP ACQUISTI



### GENERE DEL RESP ACQUISTI



### ETÀ DEL RESP ACQUISTI



### AREA GEOGRAFICA



# I CLUSTER DEL CONSUMATORE BIO

Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2014

## Segmento 1 NEW ENTRY

59%

### **DURATA**

Novizi del bio (hanno iniziato ad acquistare negli ultimi 2 anni)

### **FREQUENZA**

Consumano qualche volta al mese

### **CANALE**

Soprattutto nella GDO; attratti dalle promozioni

### **PROFILO**

Classe età prevalente 45-50

### **CARRELLO BIO**

Concentrato su un numero limitato di categoria (non più di 5)

## Segmento 2 FEDELI

27%

### **DURATA**

Appassionati del bio (acquistano da oltre 5 anni)

### **FREQUENZA**

Consuma quasi ogni giorno; alta la quota di consuma anche fuori casa

### **CANALE**

Soprattutto in negozi specializzati

### **MOTIVAZIONE**

Bio è un prodotto sicuro per la salute

### **PROFILO**

Figli <6anni

Classe prevalente 30-40 anni

### **CARRELLO BIO**

Completo con referenze acq. in oltre 10 categorie di prodotto

## Segmento 3 ETICI

24%

### **DURATA**

Interessati al bio (acquistano 2-3 anni)

### **FREQUENZA**

Consumano ogni settimana

### **CANALE**

Soprattutto negozi specializzati e acquisti diretti

### **MOTIVAZIONE**

Bio è un prodotto rispettoso dell'ambiente

### **PROFILO**

Single senza figli; classe età media 20-30 anni

### **CARRELLO BIO**

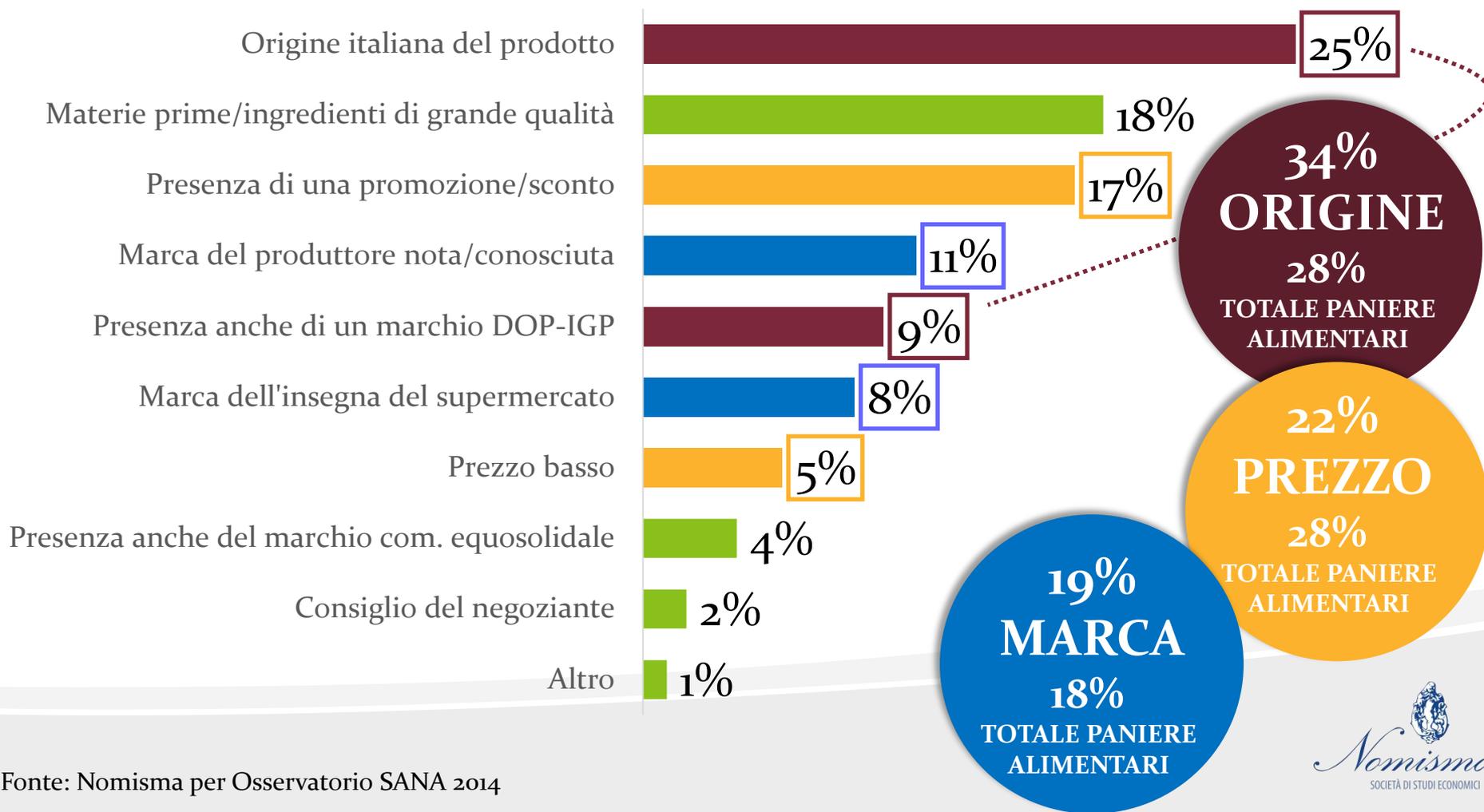
Paniere vario (referenze acquistate appartenenti a 5-10 categorie)

CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

CRITERI DI ACQUISTO, CARRELLO DELLA SPESA BIO  
E PROFILO DEL CONSUMATORE

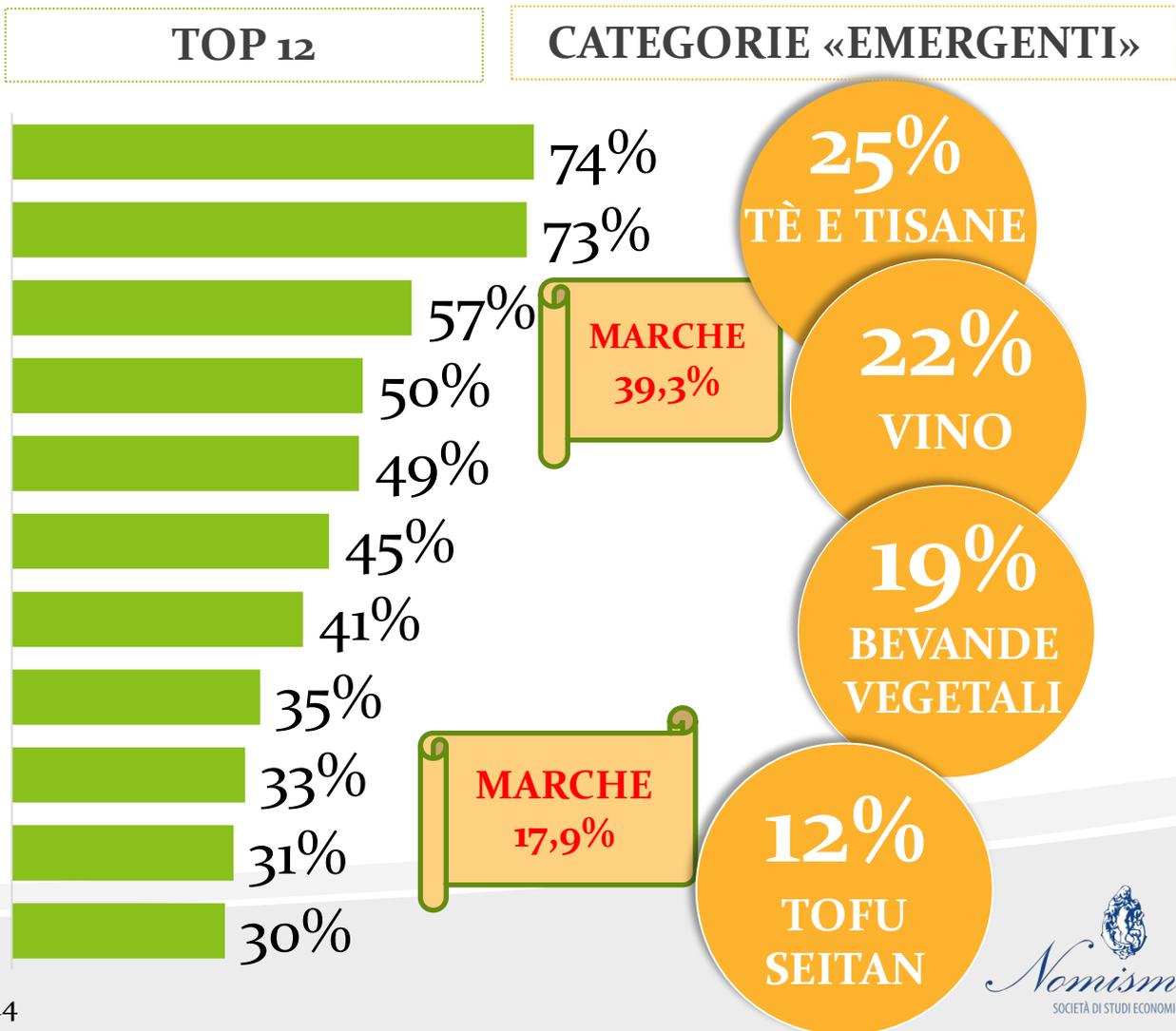
# QUANDO COMPRA I PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIO SCEGLIE SOPRATTUTTO IN BASE A ...

## PRIMA RISPOSTA IN ORDINE DI IMPORTANZA



NEGLI ULTIMI 12 MESI, PER SÉ O PER LA SUA FAMIGLIA, HA ACQUISTATO, ALMENO 1 VOLTA, TALI CATEGORIE DI PRODOTTO CON MARCHIO BIOLOGICO?

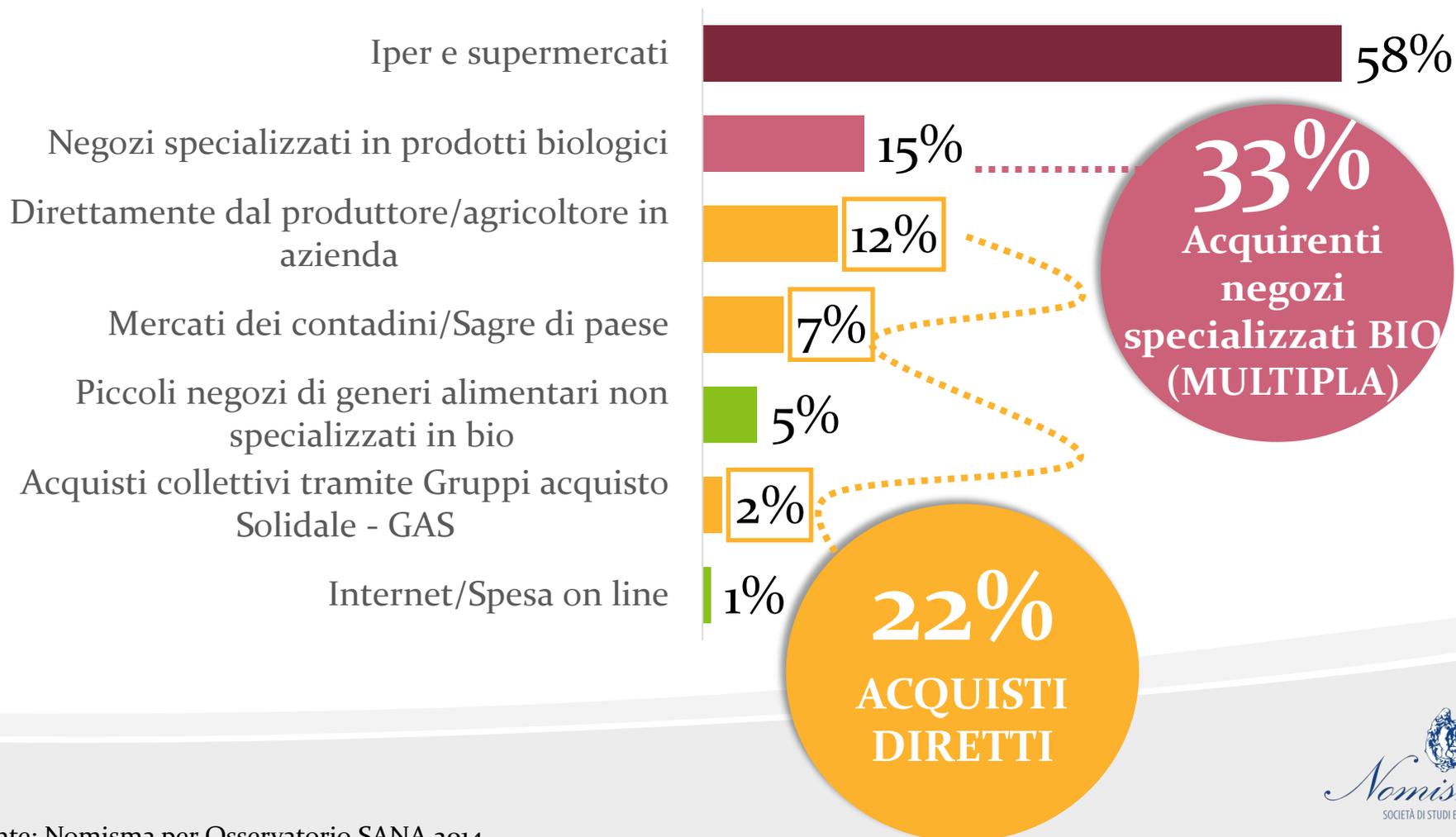
% calcolate su Acquirenti bio



Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2014

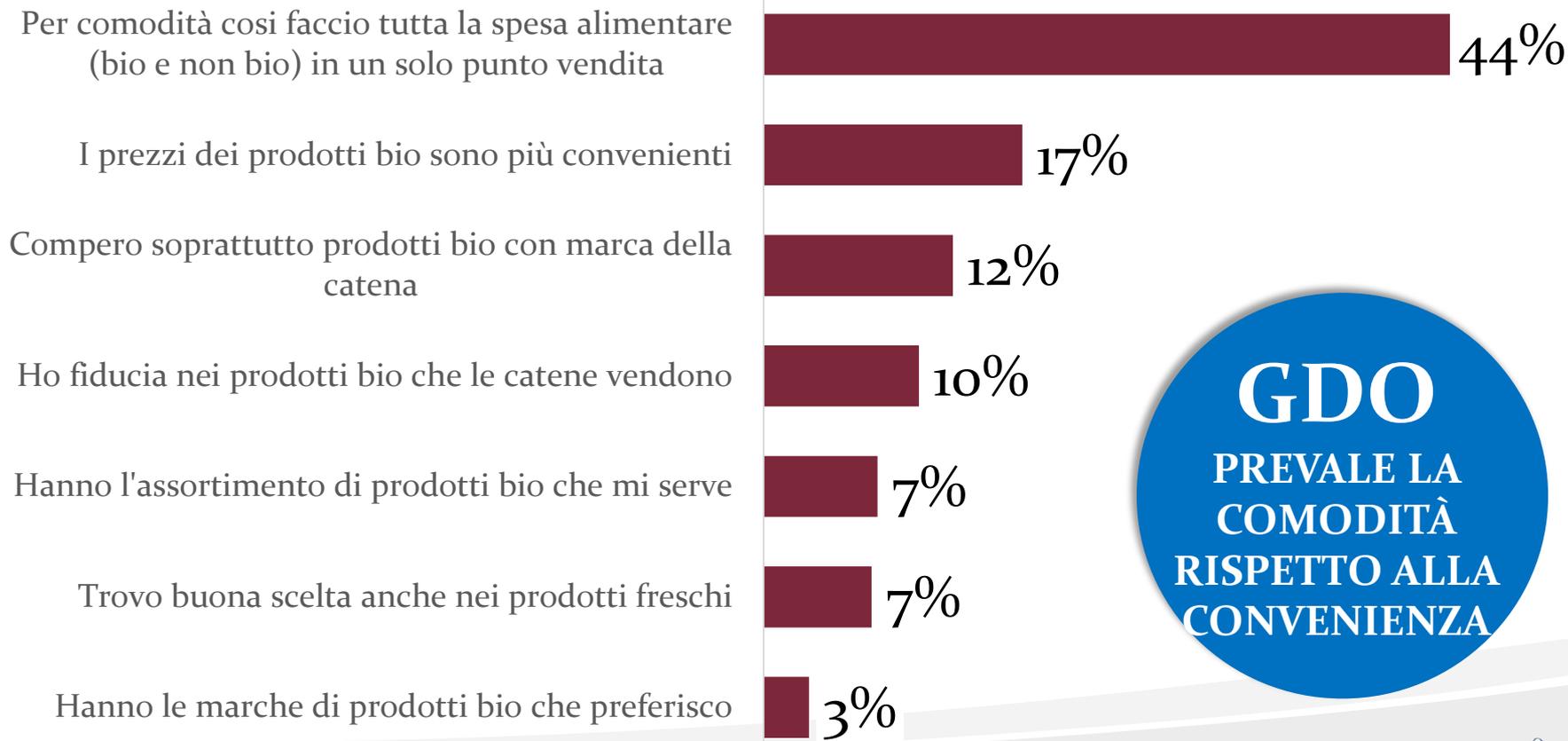
# IN QUALI TIPOLOGIE DI PUNTI VENDITA EFFETTUA ABITUALMENTE LA MAGGIOR PARTE DELLA SPESA DI PRODOTTI ALIMENTARI CERTIFICATI CON MARCHIO BIO?

## PRIMA RISPOSTA ORDINATA IN BASE AL NUMERO DI ATTI DI ACQUISTO



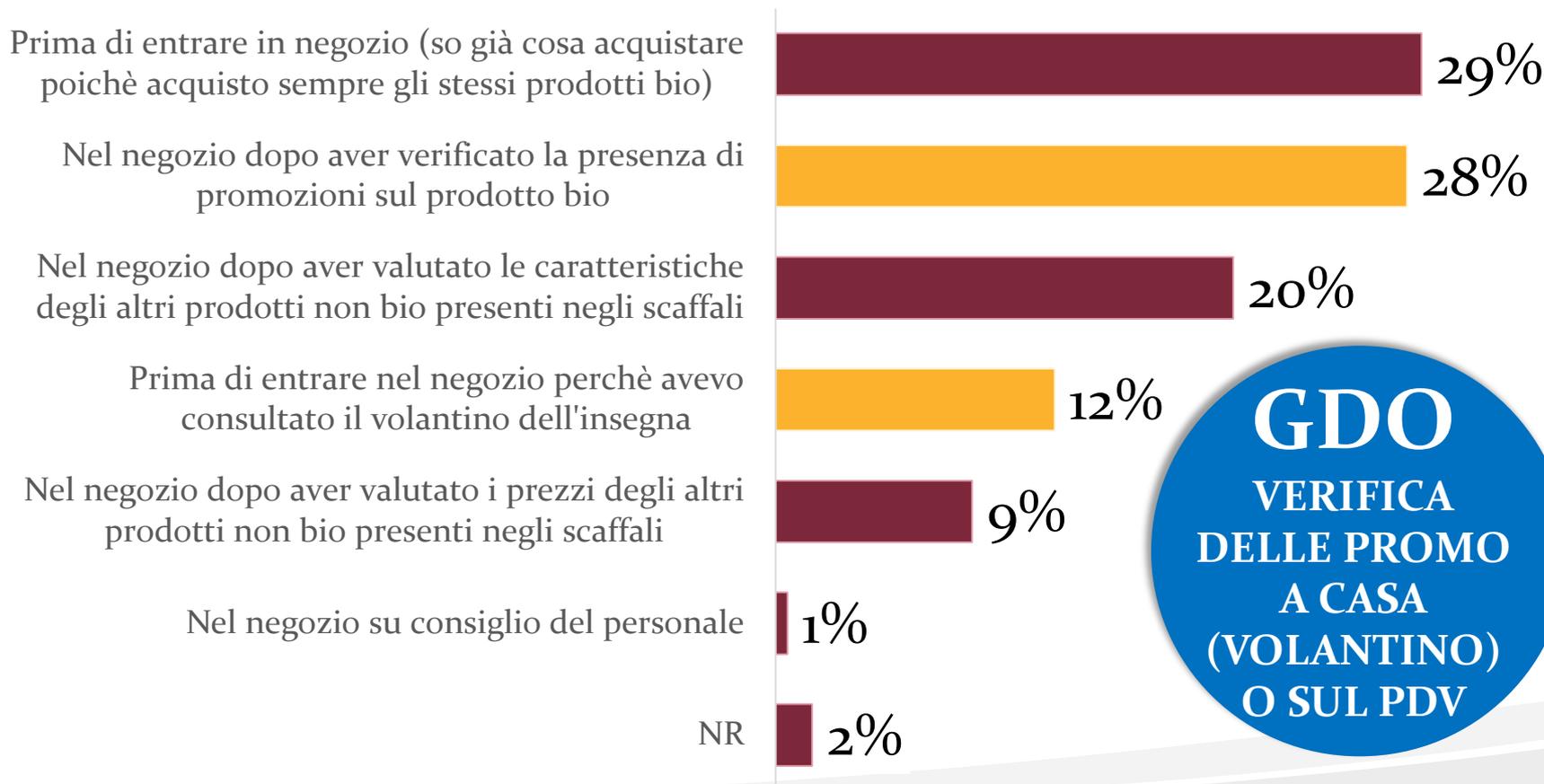
# PER QUALI MOTIVI ACQUISTA PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO SOPRATTUTTO IN IPER E SUPERMERCATI?

## PRIMA RISPOSTA IN ORDINE DI IMPORTANZA



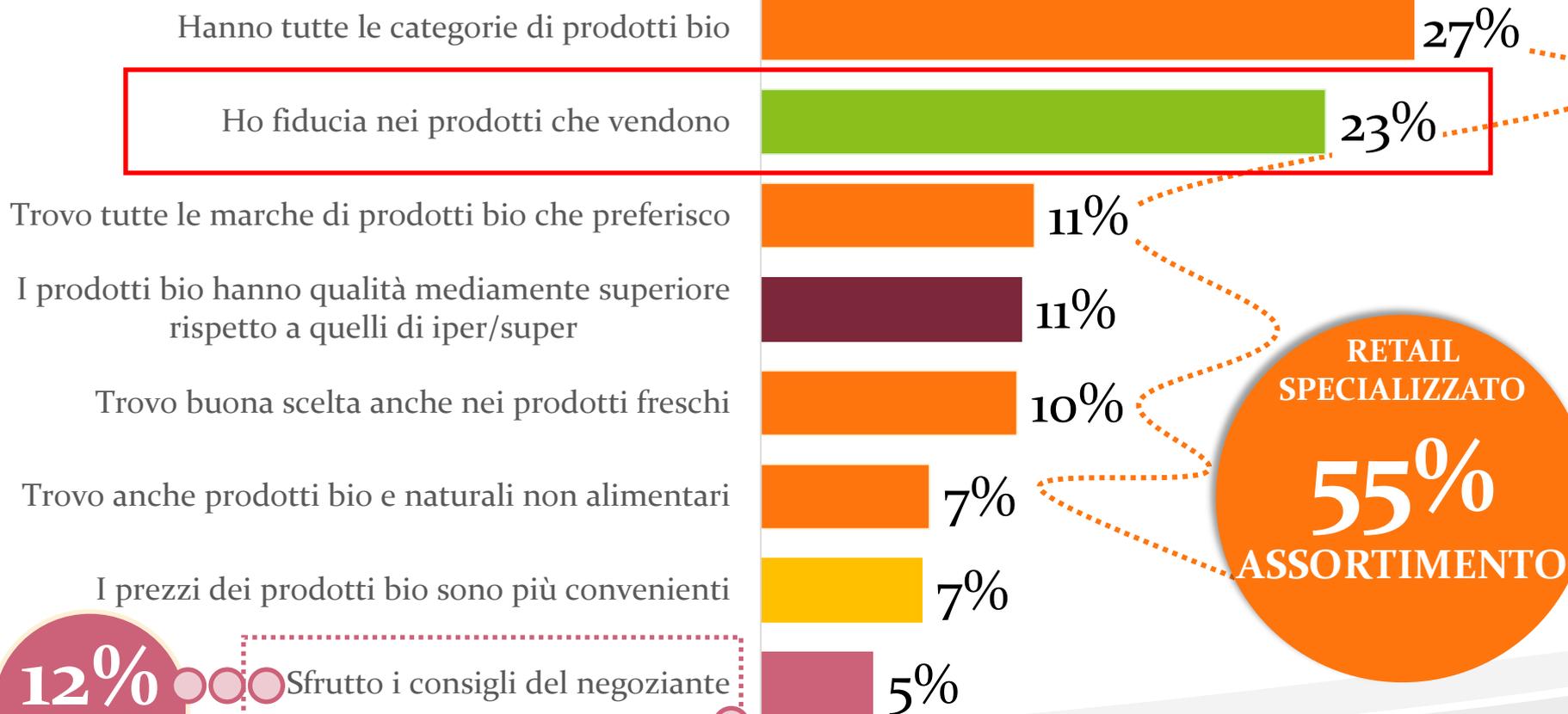
**GDO**  
PREVALE LA  
COMODITÀ  
RISPETTO ALLA  
CONVENIENZA

# GENERALMENTE LA DECISIONE DI ACQUISTARE UN PRODOTTO ALIMENTARE A MARCHIO BIOLOGICO IN IPER O SUPERMERCATI AVVIENE ...



# PER QUALI MOTIVI ACQUISTA PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO IN **NEGOZI SPECIALIZZATI IN PRODOTTI BIO?**

## PRIMA RISPOSTA IN ORDINE DI IMPORTANZA



**12%**  
multipla

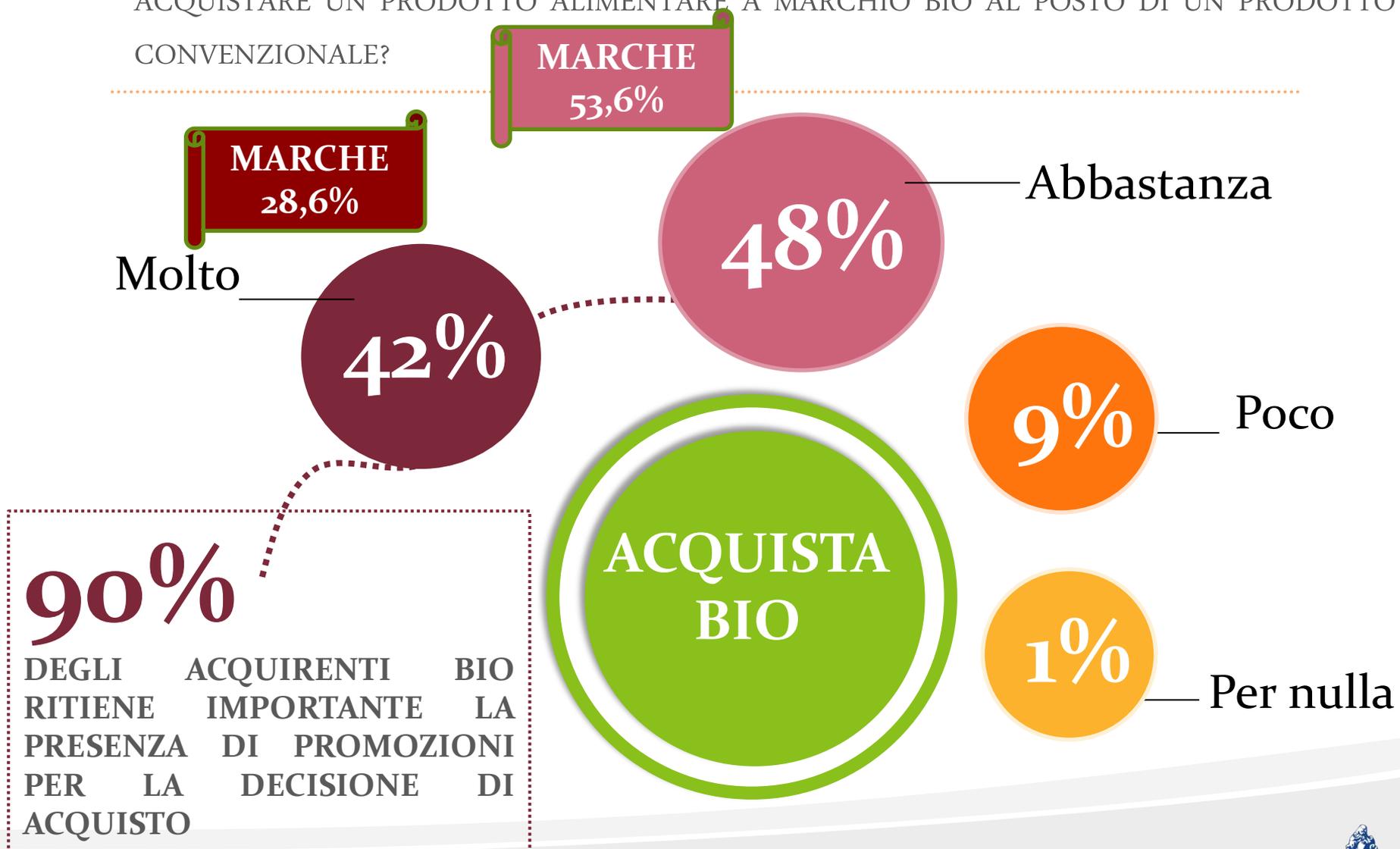
**DIFFERENZA SIGNIFICATIVA  
RISPETTO ALLE MOTIVAZIONI DI  
CHI ACQUISTA IN GDO!**

CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

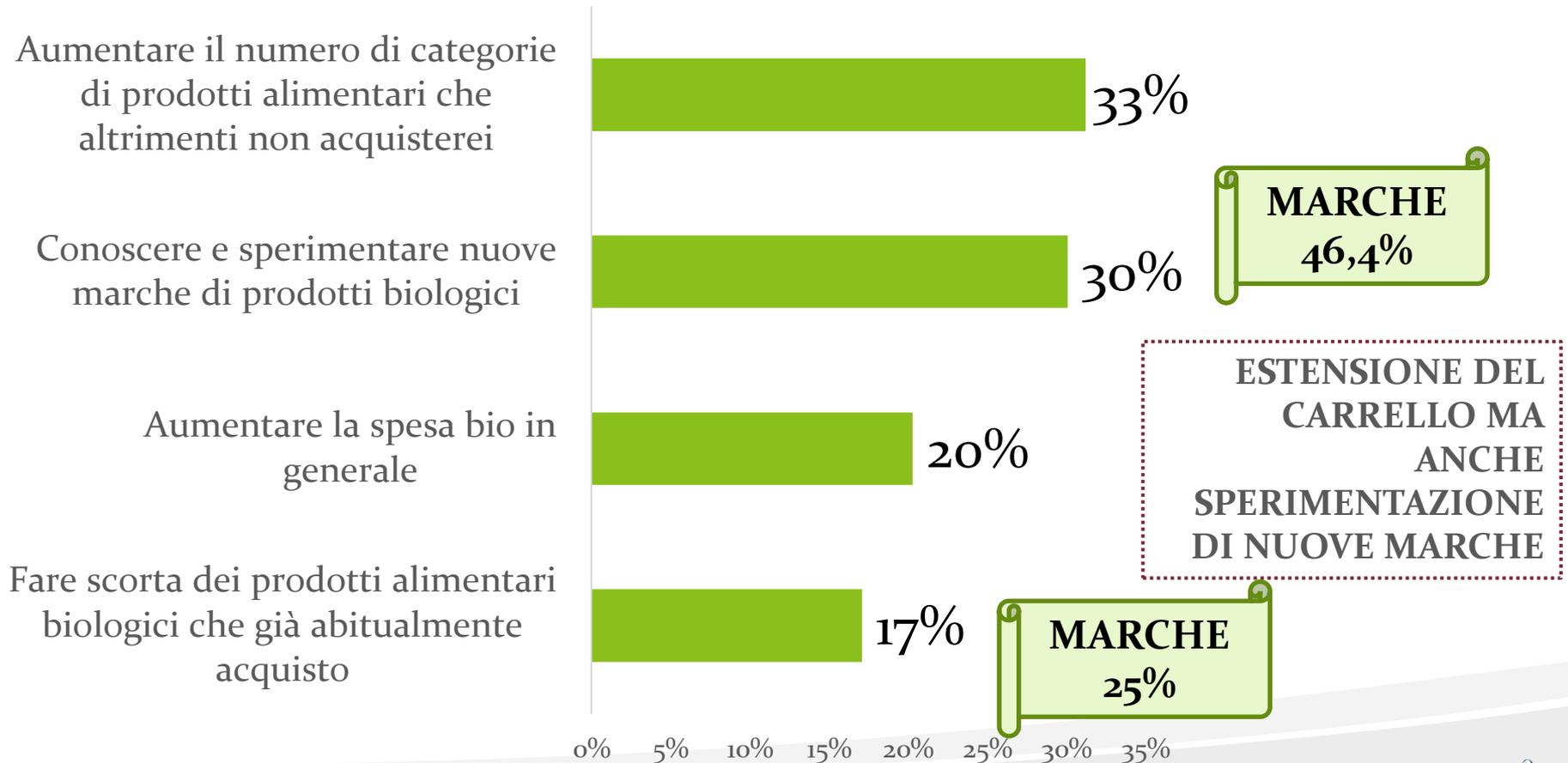
IL RUOLO DELLE PROMOZIONI PER I PRODOTTI

A MARCHIO BIO

QUANTO È IMPORTANTE LA PRESENZA DI PROMOZIONI NELLA DECISIONE DI ACQUISTARE UN PRODOTTO ALIMENTARE A MARCHIO BIO AL POSTO DI UN PRODOTTO CONVENZIONALE?



IN BASE AI SUOI ACQUISTI, LA PRESENZA DI **PROMOZIONI** (3X2, SCONTI TIPO - 25%...) PER I PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO CONSENTE SOPRATTUTTO DI ...



CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

LA MOTIVAZIONE DI ACQUISTO DEI PRODOTTI

A MARCHIO BIO

IN GENERALE, LEI ACQUISTA PRODOTTI ALIMENTARI BIOLOGICI PERCHÉ SONO PIÙ ...

Sicuri per la salute perché non hanno pesticidi/ chimica di sintesi

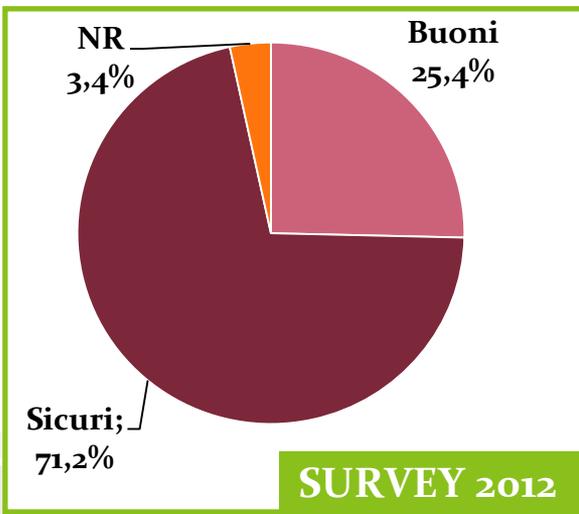


Buoni/Maggiore qualità e gusto



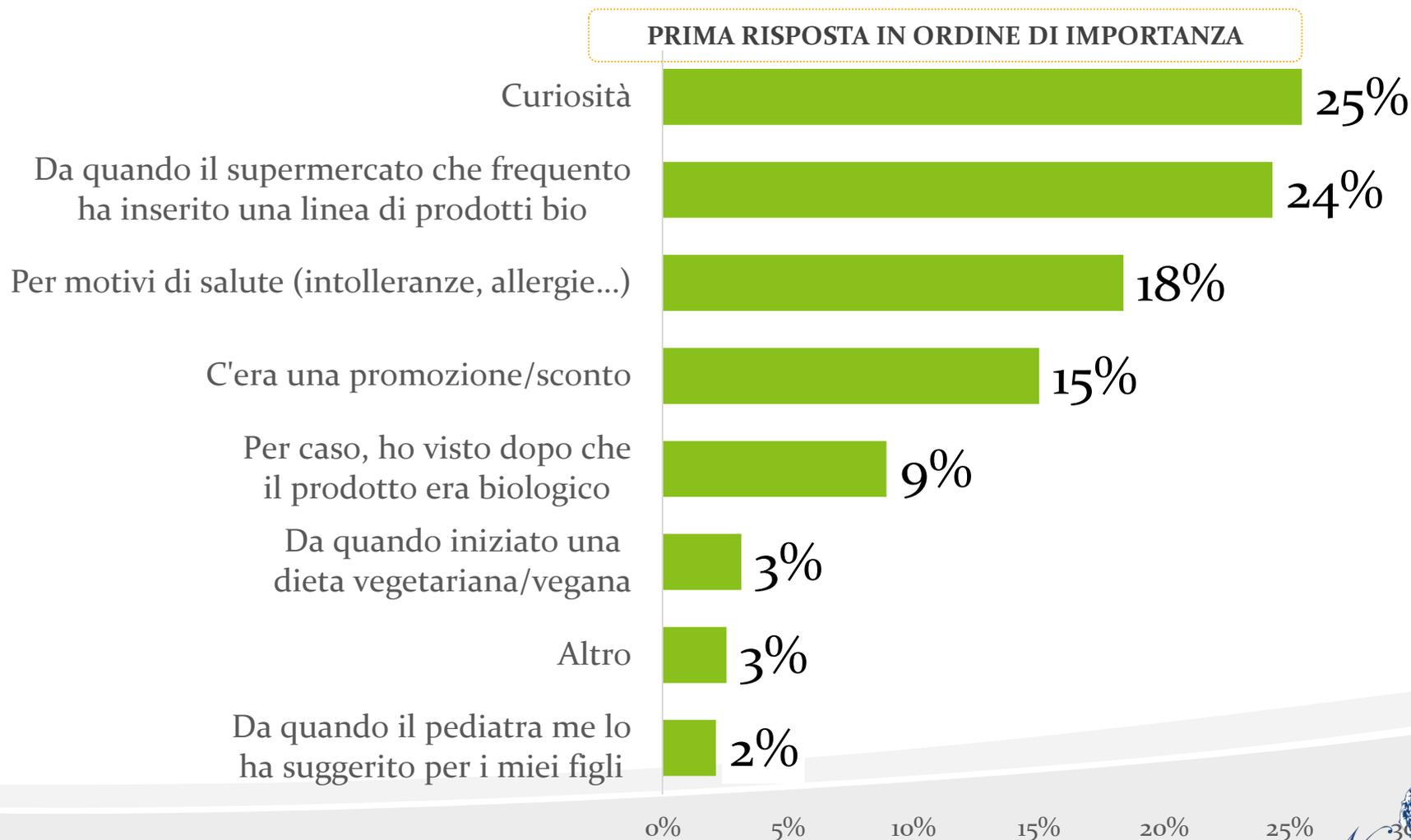
Rispettosi dell'ambiente

ACQUISTA BIO

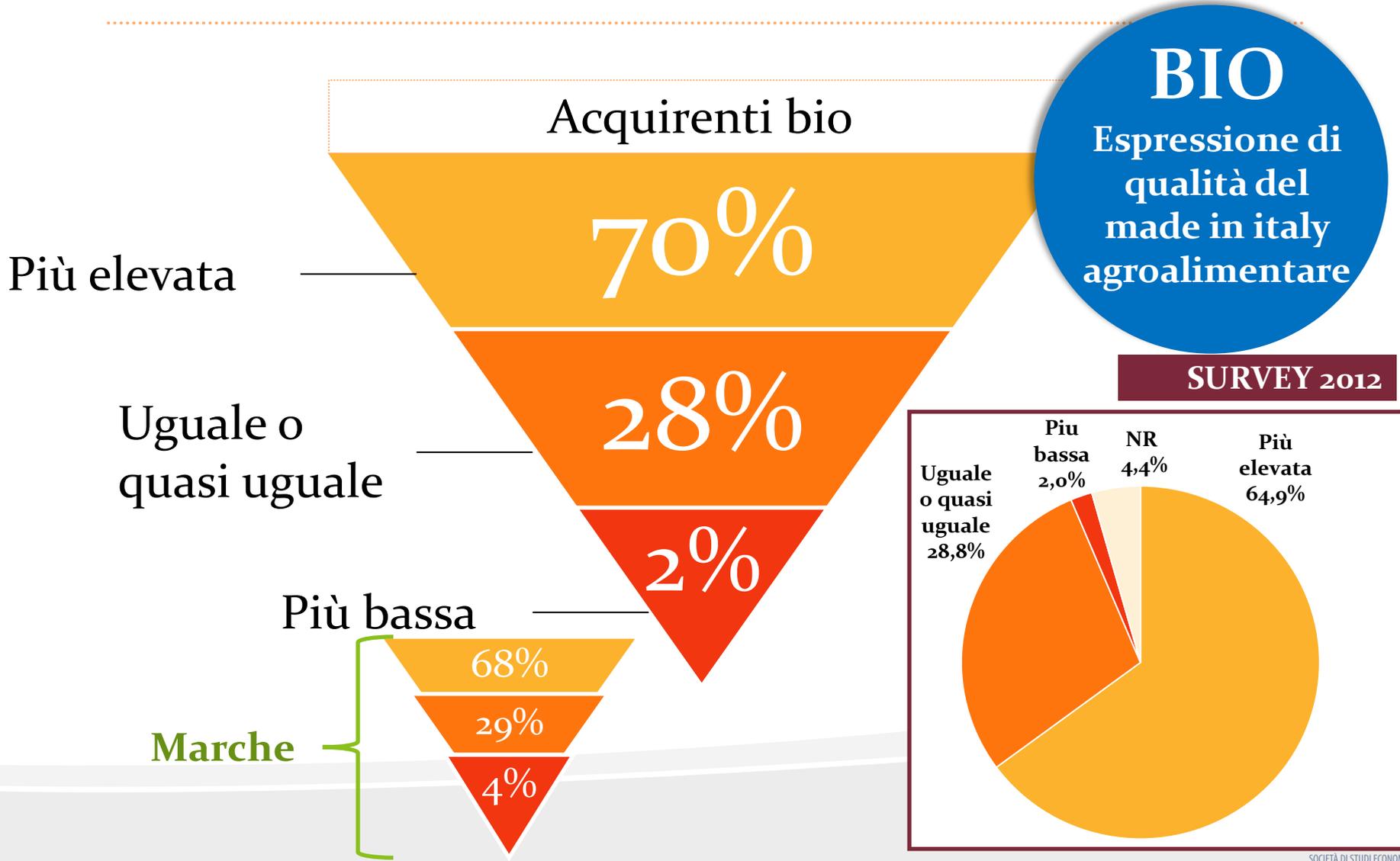


Fonte: Nomisma per Osservatorio SANA 2014

QUAL È STATA LA MOTIVAZIONE CHE L'HA INDOTTA AD ACQUISTARE PER LA PRIMA VOLTA, PER SÉ O PER LA SUA FAMIGLIA, UN PRODOTTO ALIMENTARE A MARCHIO BIO?



SECONDO LEI I PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO RISPETTO A QUELLI CONVENZIONALI HANNO UNA QUALITÀ MEDIAMENTE....





[nomisma.it](http://nomisma.it)

---

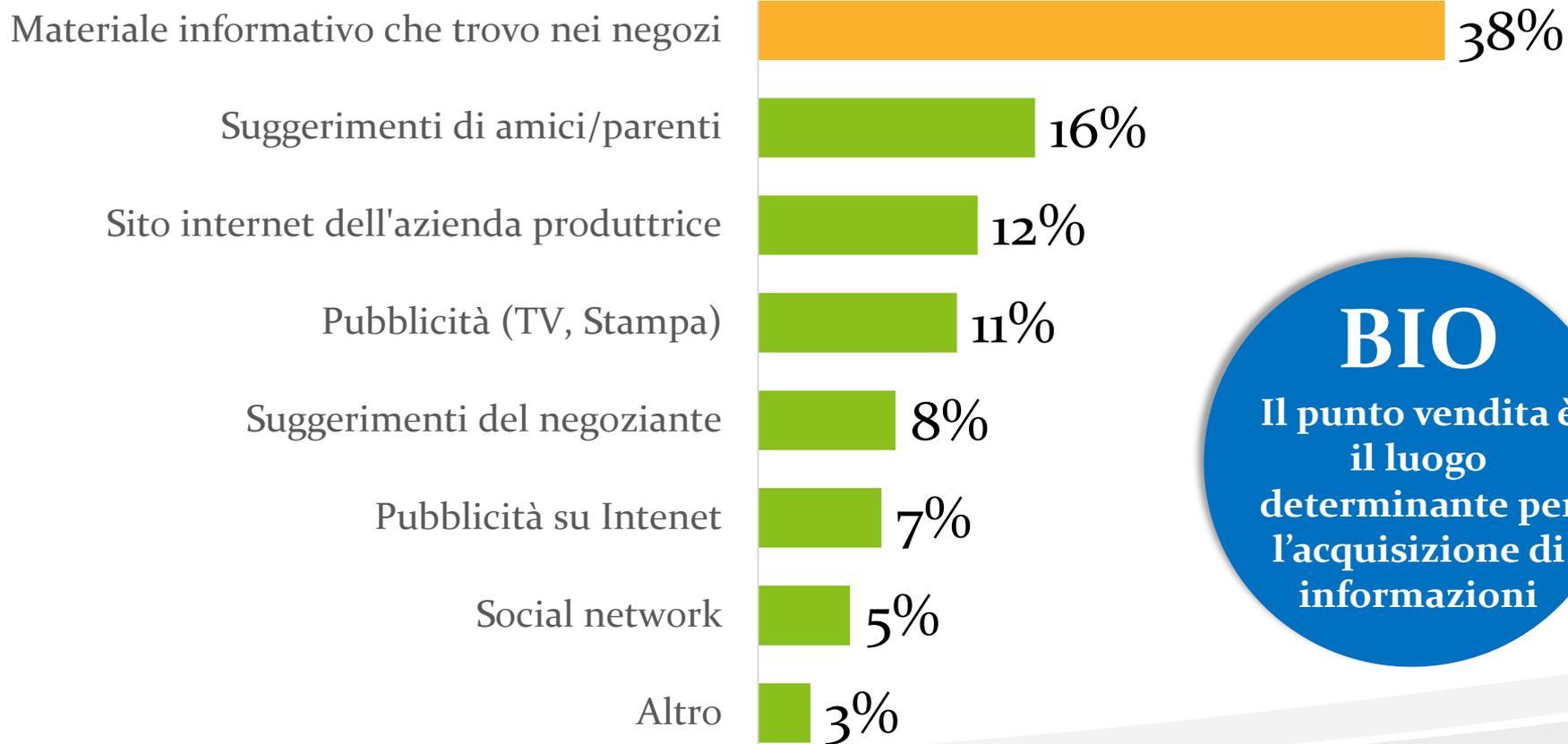
CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

COMUNICAZIONE & SERVIZI ALLA

CLIENTELA

## IN GENERALE, COME RACCOGLIE LE INFORMAZIONI SUI PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO CHE ACQUISTA?

### PRIMA RISPOSTA IN ORDINE DI IMPORTANZA



**BIO**

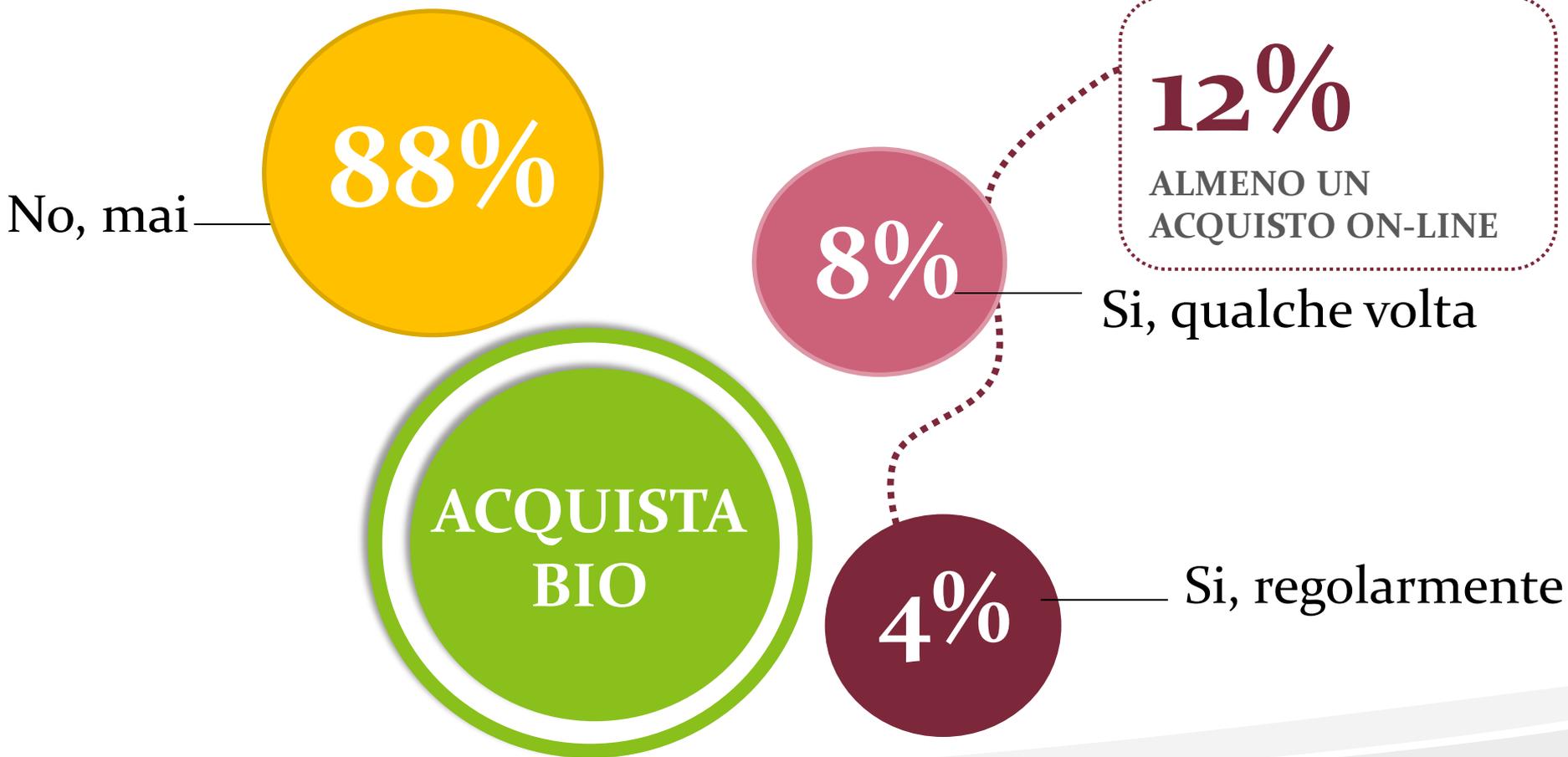
Il punto vendita è  
il luogo  
determinante per  
l'acquisizione di  
informazioni

CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

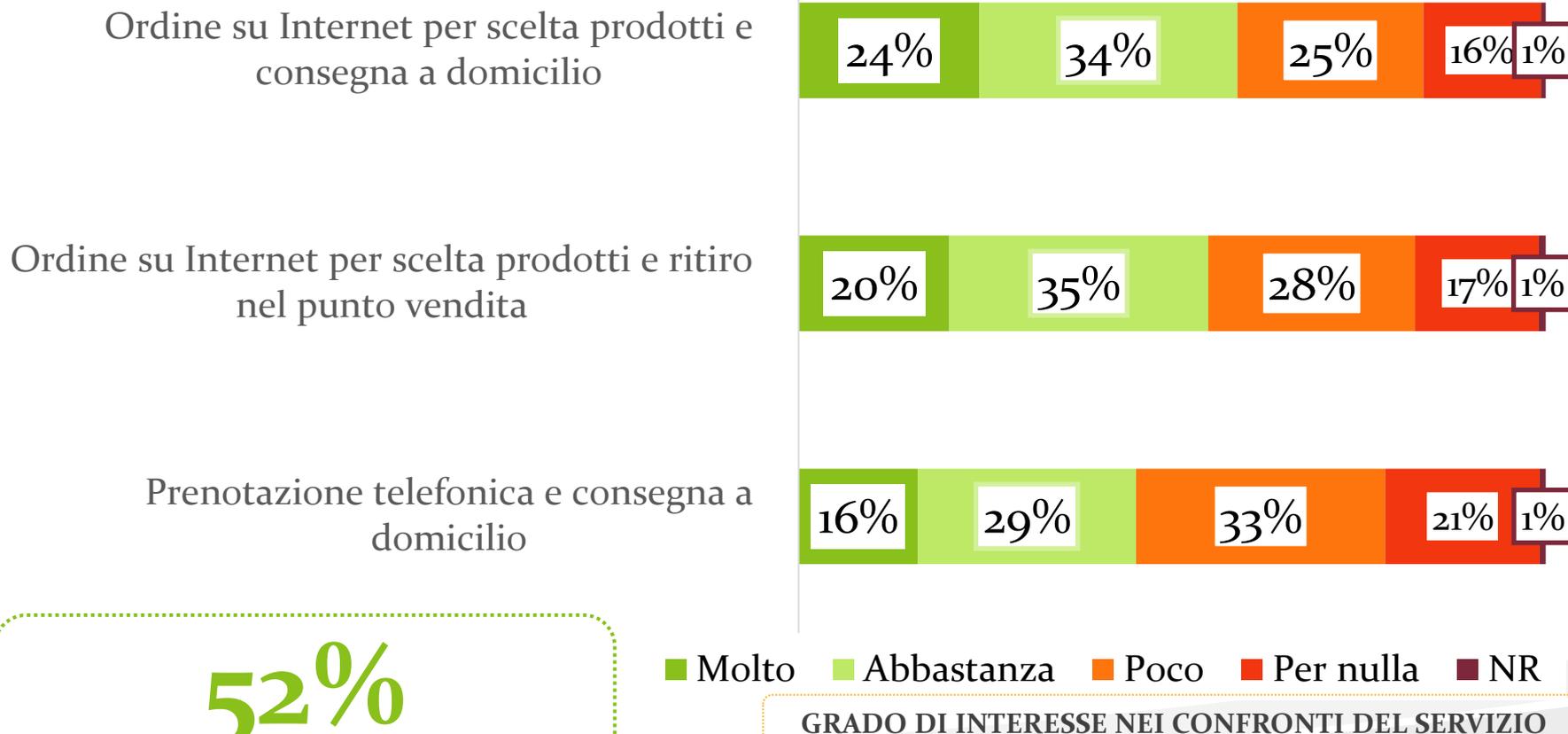
# NUOVI TREND

ACQUISTI ON LINE, IMPORTANZA DEL PACKAGING PREVISIONI 2015, FUORI CASA

NEGLI ULTIMI 12 MESI, HA MAI ACQUISTATO PRODOTTI ALIMENTARI  
BIOLOGICI ON LINE?



# QUANTO POTREBBE ESSERE INTERESSATO AI SEGUENTI SERVIZI NEI NEGOZI ABITUALI CHE OGGI FREQUENTA PER L'ACQUISTO DEI PRODOTTI A MARCHIO BIO?



**52%**

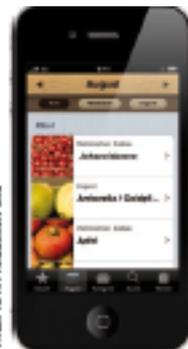
interessato ad almeno un servizio

CAMBIA IL MODO DI FARE LA SPESA, CAMBIA IL MODO DI ACQUISTARE I PRODOTTI BIOLOGICI

## Acquisti in internet



Bild: Ernährung, Suskka Schmitt, What Is It Production Ltd

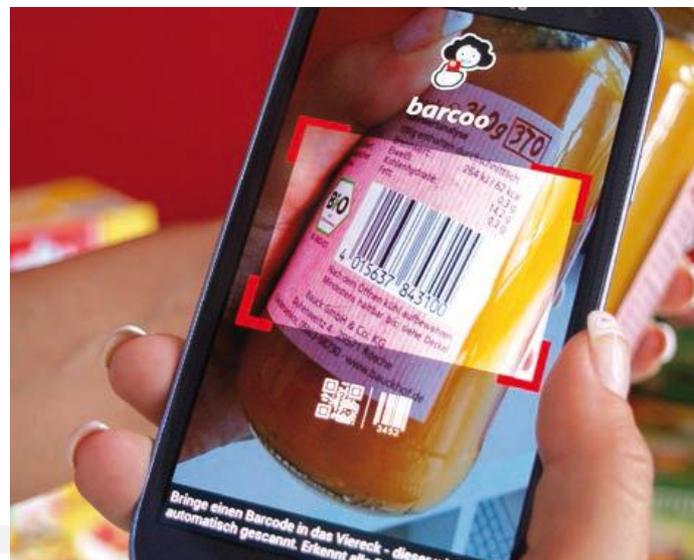


- ✓ Reddito medio alto
- ✓ Titolo di studio superiore
- ✓ Figli piccoli
- ✓ **Mobile e connesso ?**

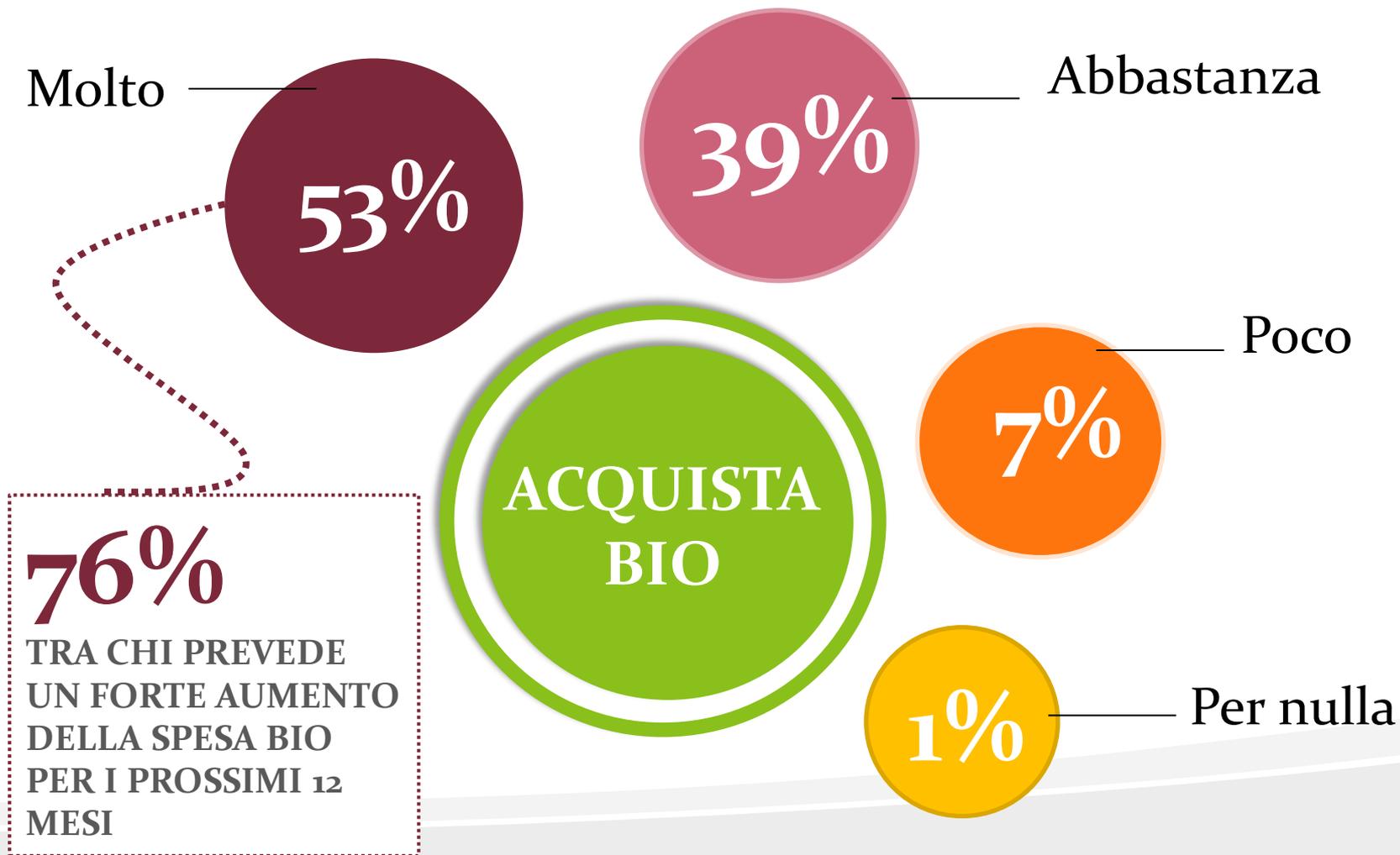
## Acquisti mobile



Bild: Food Waste Char, Eva Ganglbauer, Georg Mollae, Channah Fischer

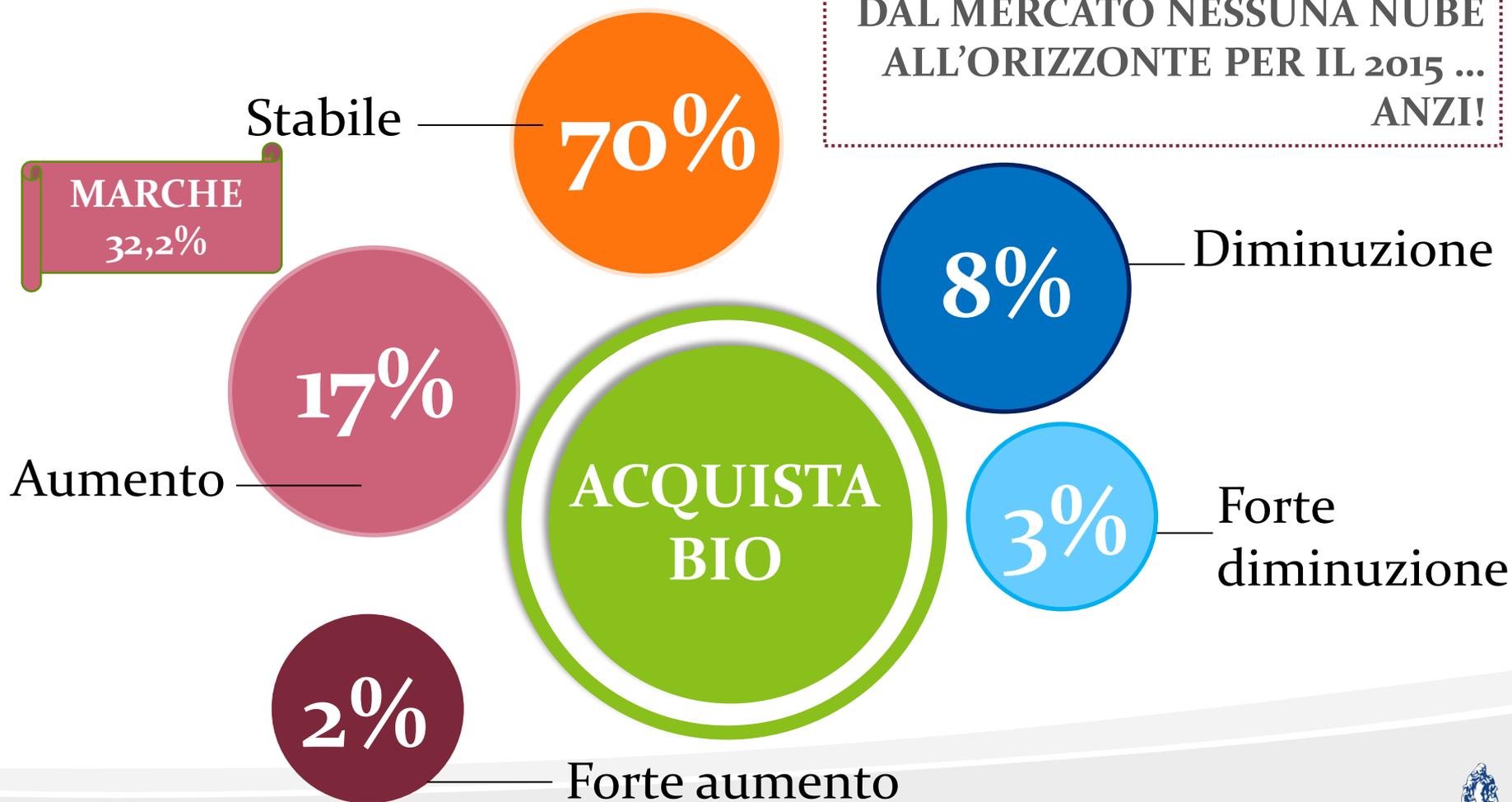


NELLA DECISIONE DELL'ACQUISTO DI UN PRODOTTO ALIMENTARE BIOLOGICO QUANTO È IMPORTANTE CHE ANCHE LA CONFEZIONE SIA RISPETTOSA DELL'AMBIENTE?

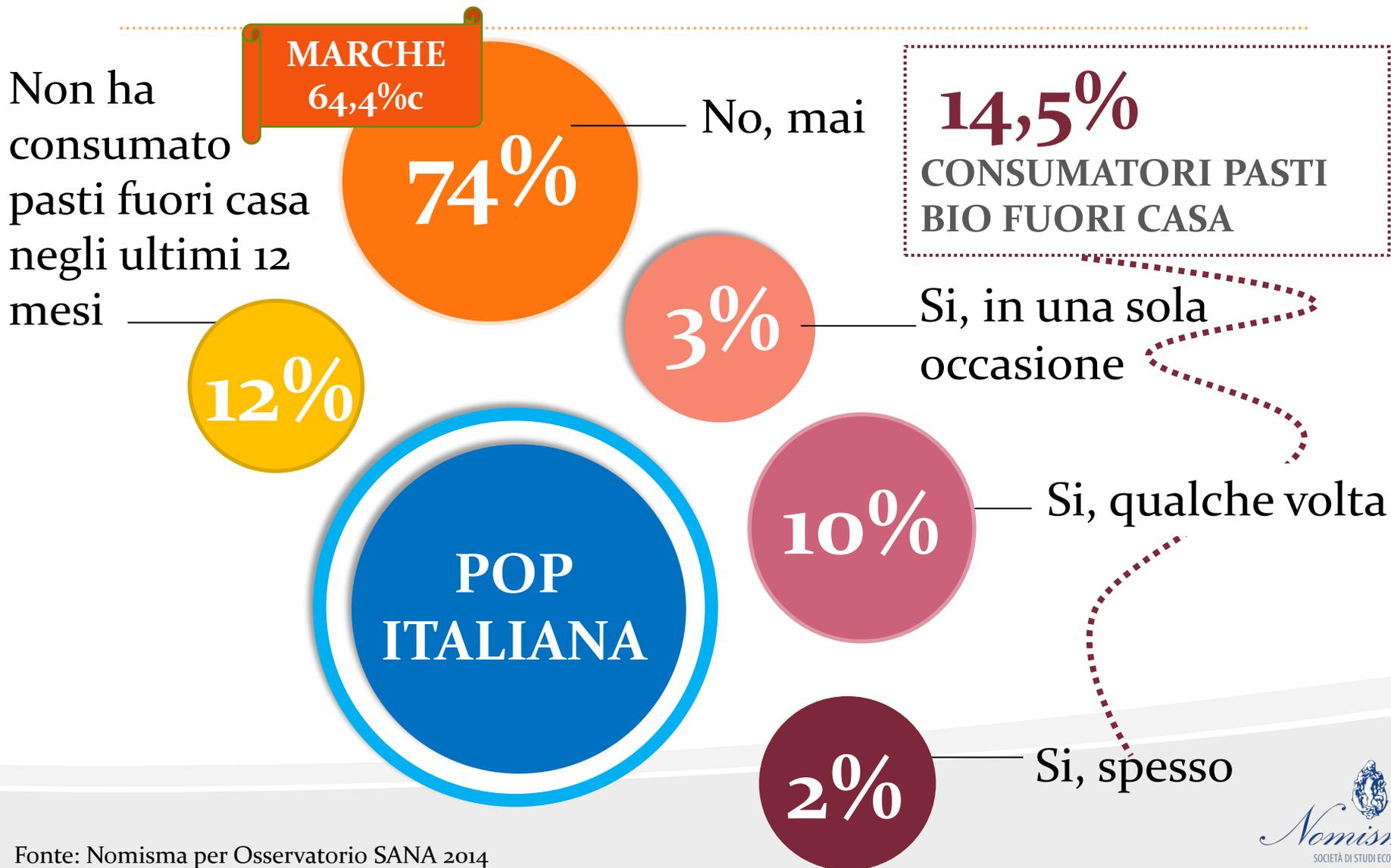


PER I PROSSIMI 12 MESI, LA SPESA ALIMENTARE DELLA SUA FAMIGLIA PER PRODOTTI CON MARCHIO BIOLOGICO SARÀ IN ...

DAL MERCATO NESSUNA NUBE  
ALL'ORIZZONTE PER IL 2015 ...  
ANZI!



NEGLI ULTIMI 12 MESI HA AVUTO ALMENO UNA OCCASIONE DI CONSUMARE UN PASTO FUORI CASA IN LOCALI BIOLOGICI?



CONSUMER SURVEY SANA-NOMISMA

ESISTE UNA DOMANDA POTENZIALE DA  
ATTRARRE?

PER QUALE MOTIVO NEGLI ULTIMI 12 MESI, PER SÉ O PER LA SUA FAMIGLIA, NON HA ACQUISTATO PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO?

**41%**  
NON ACQUISTA  
BIO IN ALMENO  
UNA OCCASIONE

Costano troppo



**37%**  
PREZZO

Non ci sono nei negozi in cui vado  
Le marche che preferisco  
non hanno la linea biologica



MERCATO  
POTENZIALE  
DA  
ATTRARRE

**28%**  
REPERIBILITÀ  
REFERENZE/MARCHE  
ABITUALI

Non trovo differenza rispetto ai  
prodotti non bio  
I prodotti bio non mi piacciono



**20%**  
PREFERENZE/GUSTO

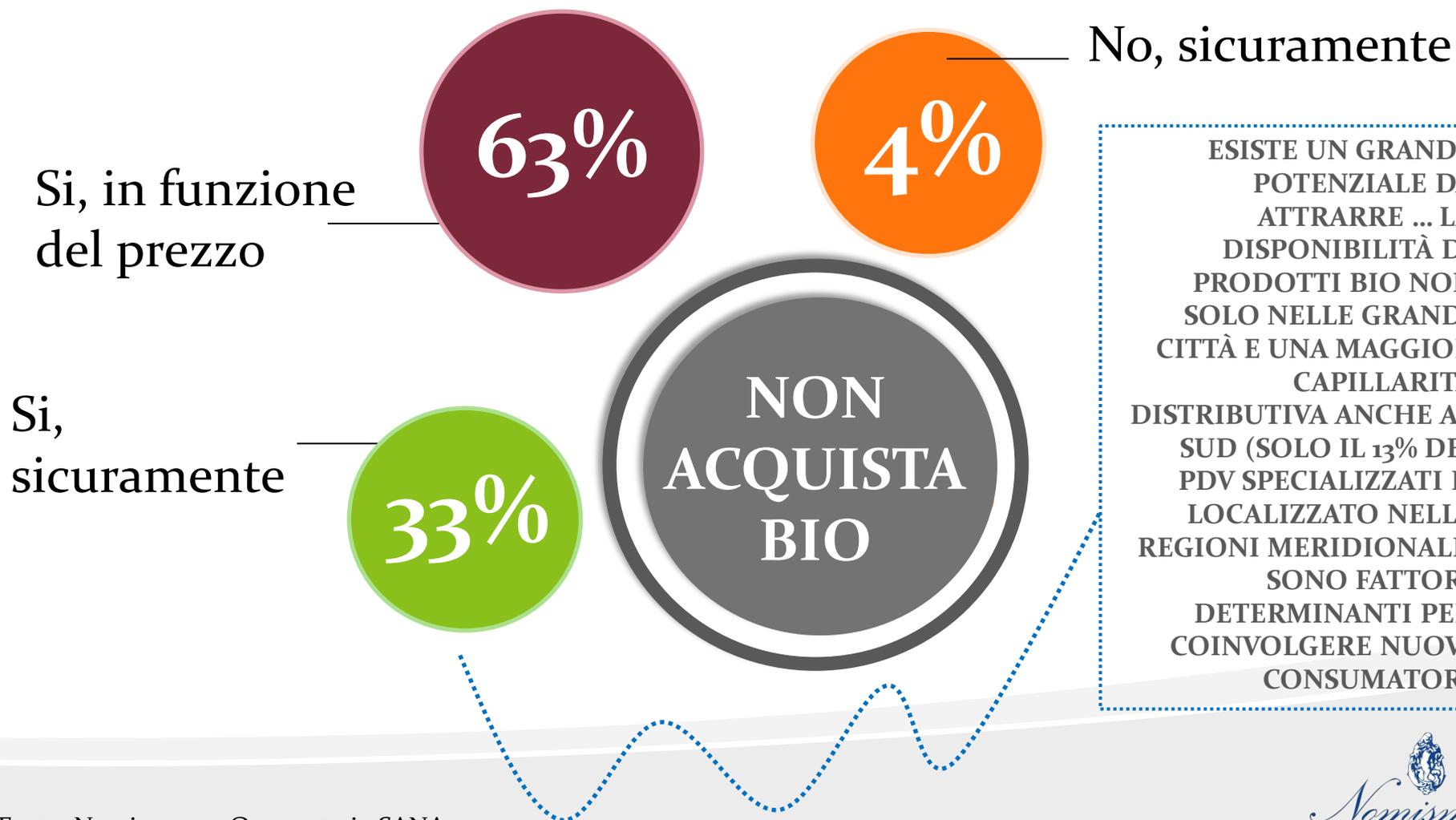
Non mi fido delle garanzie offerte  
dal marchio biologico  
Non mi fido della qualità



**17%**  
MANCANZA DI  
FIDUCIA

0% 10% 20% 30% 40%

SE NEI NEGOZI DOVE DI SOLITO FA LA SPESA CI FOSSERO PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO/LE MARCHE PREFERITE AVESSERO LA LINEA BIO, LI COMPREREBBE ?



**Nomisma SpA**  
*Area Agroalimentare*



**nomisma.it**

---