

ACQUISTI
ALIMENTARI
BIO

Consuntivo 2022



**BIOLOGICO:
GLI ACQUISTI ALIMENTARI
DELLE FAMIGLIE**

Spesa del 2022



Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare

2



SOMMARIO

SINTESI DELLE DINAMICHE	3
1. La variazione della spesa	3
2. Le categorie sotto la lente	3
3. I canali di vendita	3
4. Incidenza del bio sull'agroalimentare	3
3,66 Miliardi di spesa domestica bio nel 2022	4
Mercato biologico a confronto con l'agroalimentare	6
Ripartizione della spesa bio per categoria	7
I consumi di biologico restano concentrati nel Nord del Paese	8
I supermercati rallentano anche nel 2022 mentre i discount crescono a doppia cifra	9



SINTESI DELLE DINAMICHE



1. La variazione della spesa

Nel 2022 il mercato nazionale al consumo di prodotti biologici ha fatto registrare un valore di 3,66 miliardi di euro, pari ad un +0,5% sull'anno precedente.

Il quadro dei consumi biologici mostra quindi un segnale di ripresa rispetto a un 2021 che aveva chiuso in flessione (-4,6% sul 2020).

Si tratta comunque di una crescita modesta se valutata in un contesto economico di importante inflazione che, per lo stesso periodo di riferimento, vede crescere il valore dell'agroalimentare italiano del +6,4%.



2. Le categorie sotto la lente

Gli acquisti di biologico si concentrano nel comparto ortofrutticolo, che pesa per il 45,1% sul mercato totale, ovvero un punto percentuale in meno rispetto allo scontrino della spesa del 2021. Cresce invece la rappresentatività di altre categorie merceologiche che mostrano positivi segnali dal mercato al consumo; in particolare si segnalano le performance delle uova fresche (+6,8% in valore rispetto al 2021) e della categoria merceologica che comprende il latte e i formaggi (+5,7% sul 2021).



3. I canali di vendita

La distribuzione moderna conferma la propria leadership tra i canali distributivi dei prodotti biologici; il 63,5% delle vendite bio passano infatti per i supermercati italiani. Seguono i fatturati da prodotti biologici espressi dai negozi specializzati (22,9%), e, infine, le vendite dei discount che segnano un interessante +14,2% sul 2021.



4. Incidenza del bio sull'agroalimentare

Il peso del mercato interno del biologico rispetto al valore totale dell'agroalimentare italiano si mostra in lieve flessione, scendendo dal 3,9% del 2021 al 3,6% del 2022.



3,66 Miliardi di spesa domestica bio nel 2022

La spesa per il bio torna col segno più ma crescono anche le preoccupazioni per una domanda del mercato che non risponde alle attese del settore

Il valore dei consumi italiani di prodotti biologici, analizzato al 31 dicembre 2022, mostra una crescita del +0,5% rispetto all'anno precedente. Un moderato aumento assolutamente importante perché in controtendenza rispetto a una preoccupante flessione del mercato registrata nel 2021. Il trend del bio torna, dunque, in positivo come mostrato nel decennio precedente e fino al 2021.

Va detto che si tratta di una crescita non sufficiente per lo sviluppo del settore. È infatti inferiore sia rispetto a quanto stimato per il comparto agroalimentare italiano (+6,4%) sia all'esplosione inflattiva che ha coinvolto, in crescendo, i prezzi del cibo nel 2022 (+9,1% l'aumento dell'indice nazionale dei prezzi al consumo registrato per i beni alimentari dall'Istat per il 2022).

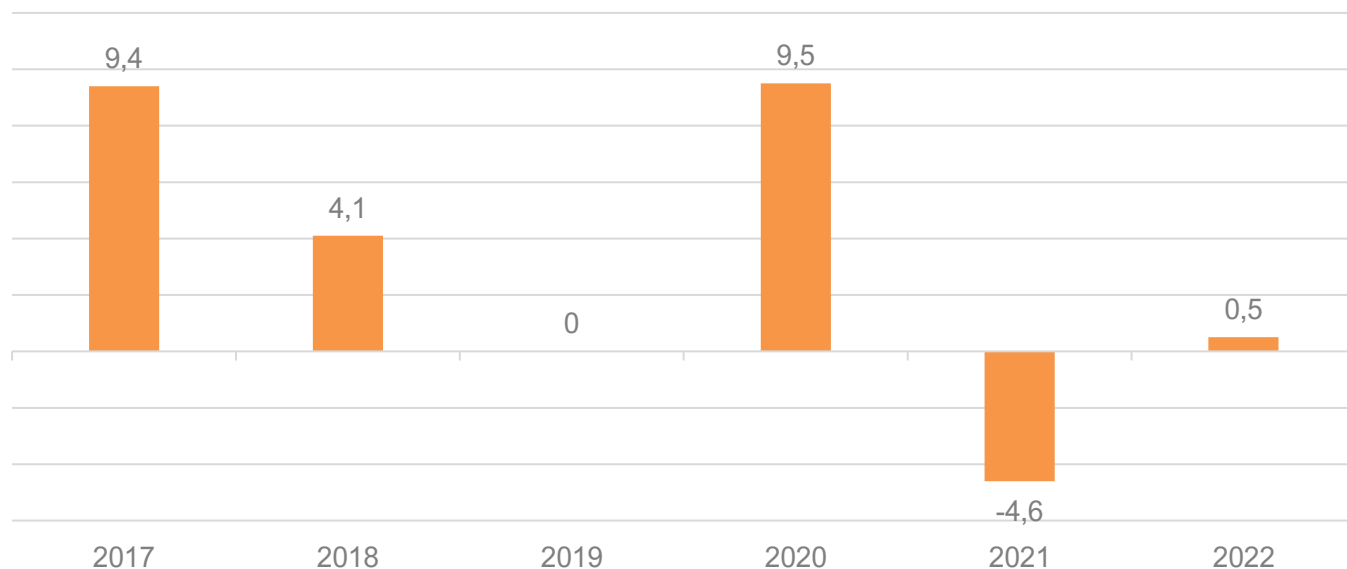
Per giunta, una certa stagnazione della domanda di biologico è confermata dall'analisi dei dati Nielsen riferiti ai volumi di biologico trasferiti dalla grande distribuzione organizzata; un -0,3% di vendite totali che nasconde situazioni molto eterogenee tra comparti produttivi.

Infine, una flessione si evidenzia anche per l'incidenza del comparto del biologico sull'agroalimentare che passa dai 3,9 euro di spesa bio ogni cento euro di scontrino ai 3,6 euro del 2022.

Il focus sulle principali categorie di acquisto mostra un aumento delle vendite nei comparti dove il biologico era meno rappresentativo (es. carne fresche e trasformate e prodotti ittici) mentre la spesa continua a scendere nei settori dove il bio è più rappresentato come nell'ortofrutta, nella pasta e negli altri derivati dei cereali.

In contrazione, dopo diversi anni di crescita, anche le vendite di vino biologico.

Mercato bio: variazioni % della spesa rispetto all'anno precedente

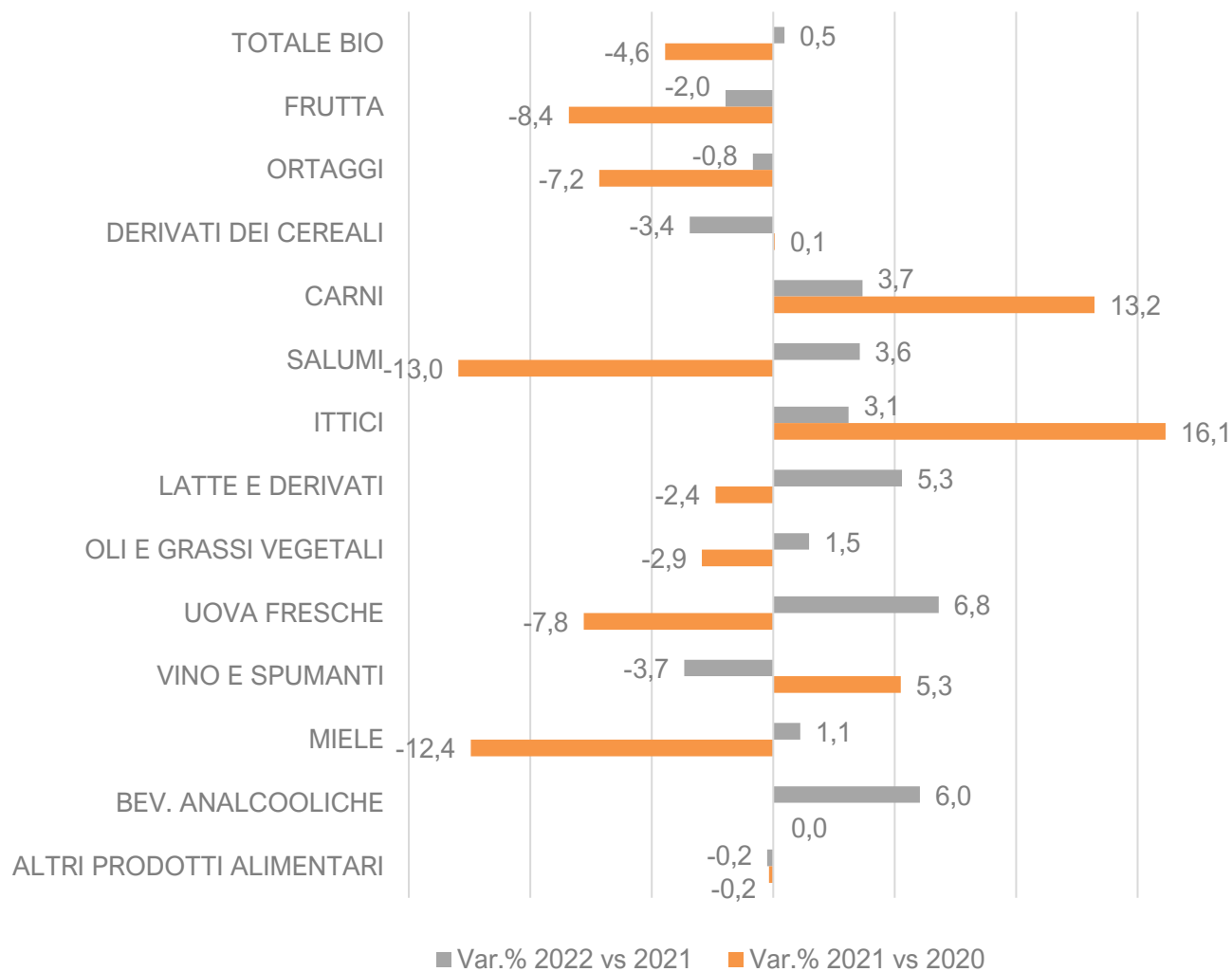


Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

I dati tengono conto dell'ampliamento e della nuova stratificazione del campione delle banche dati Nielsen



Bio: Variazione % su base annua



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen



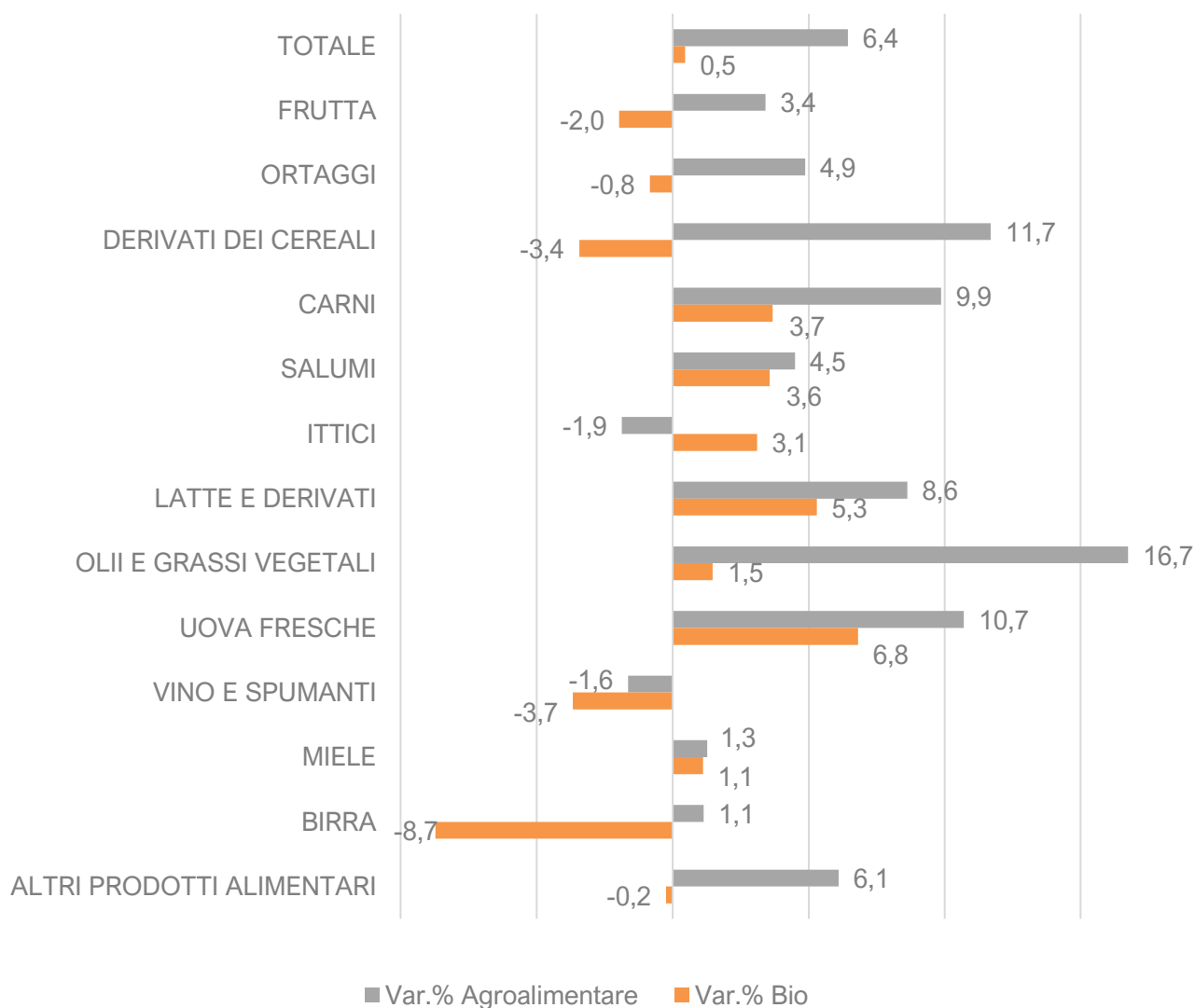
Mercato biologico a confronto con l'agroalimentare

Mentre nel 2021 si osservava un comportamento di mercato spesso comune tra le categorie bio e le omologhe convenzionali, nel 2022 assistiamo a delle tendenze di crescita del biologico più basse in tutte le categorie merceologiche.

In diversi settori strategici, ad una crescita complessiva del comparto non corrisponde un aumento delle vendite di biologico. Così, ad esempio, il valore complessivo delle vendite di ortofrutta e dei derivati dei cereali aumenta nel mercato italiano, anche per via dell'impennata dei prezzi, mentre le vendite bio, per gli stessi prodotti, sono in calo.

Anche dove i trend sono positivi per il biologico, le variazioni % sono caratterizzate da un'intensità minore (es. valore delle carni +9,9% nel convenzionale e +3,7% nel biologico).

Bio Vs Totale categoria: Variazione % mercato bio a confronto con rispettiva categoria dell'agroalimentare -2022



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen



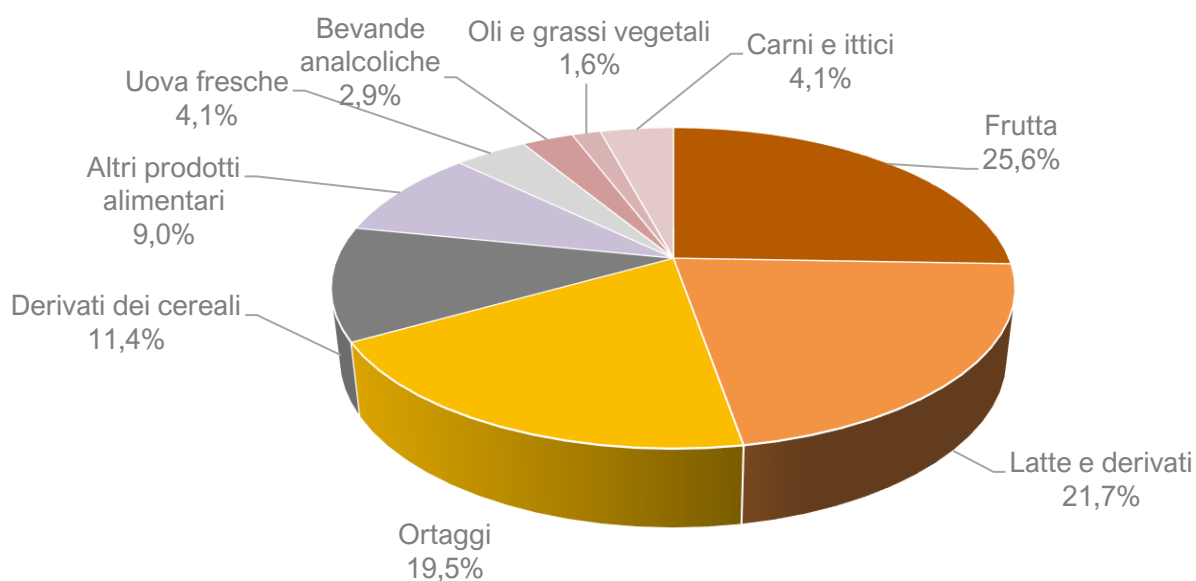
Ripartizione della spesa bio per categoria

La distribuzione della spesa bio tra le diverse categorie di acquisto resta, come negli scorsi anni, caratterizzata da una concentrazione del valore del venduto nell'ortofrutta (45,1%) e nel latte, formaggi e altri derivati (21,7%).

Si tratta di un carattere distintivo del biologico, più evidente se confrontato con il peso che questi comparti esprimono sullo scontrino medio del 2022 della famiglia "convenzionale" (nel report Ismea 2022 "I consumi alimentari delle famiglie, l'ortofrutta vale il 18,9% e latte e derivati il 13,5% del mercato al consumo).

Dal confronto con il 2021 emergono differenze nella composizione dello scontrino bio. Si registra un aumento della quota di spesa per i formaggi biologici mentre resta stabile l'incidenza del vino biologico che, nonostante il crescente interesse mostrato dal mercato, rappresenta meno dell'1,5% delle vendite bio dei consumi alimentari delle famiglie e, come già detto, cede circa 2 milioni di fatturato (nel grafico la spesa per vino e spumanti è compresa nella voce "altri prodotti alimentari").

Mercato bio: composizione dello scontrino nel 2022



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

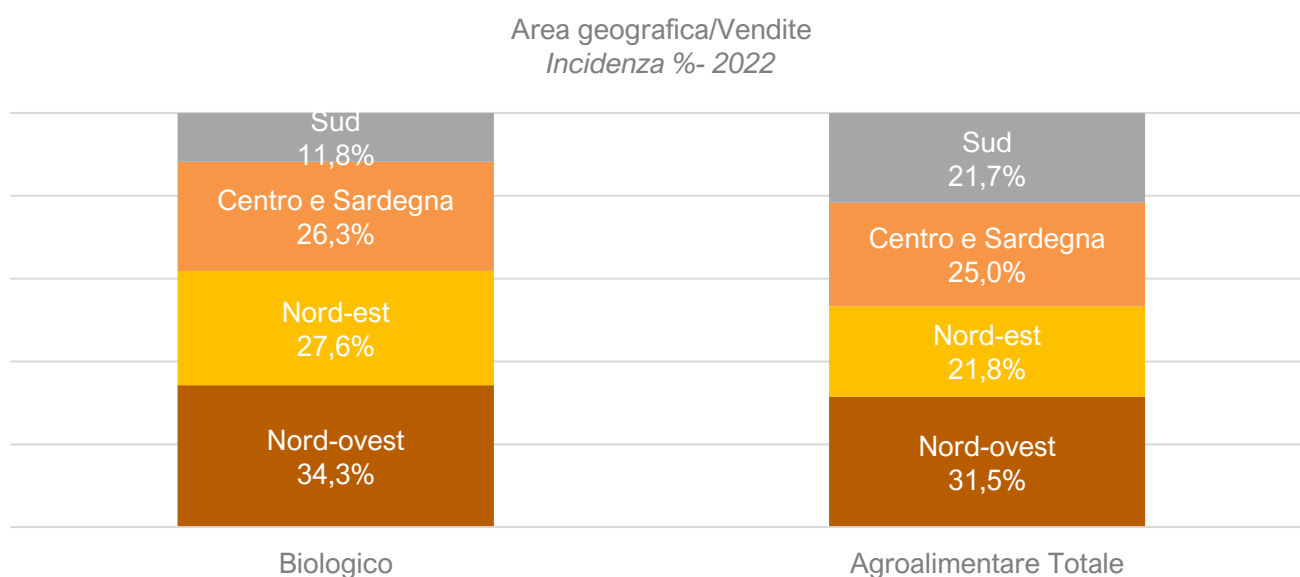


I consumi di biologico restano concentrati nel Nord del Paese

Oltre il 60% delle vendite di prodotti bio della grande distribuzione organizzata (GDO) vengono registrate nel nord Italia. Rispetto allo scorso anno cresce di circa di un punto percentuale l'incidenza delle vendite nell'Italia centrale mentre rallenta lo sviluppo del mercato bio nel Mezzogiorno. Infatti, dopo un 2021 che aveva visto un aumento della spesa del 3,9%, nell'anno appena trascorso i trend registrano valori più bassi che nelle altre aree di Italia (+1% il fatturato bio monitorato nella GDO del Meridione nel 2022.)

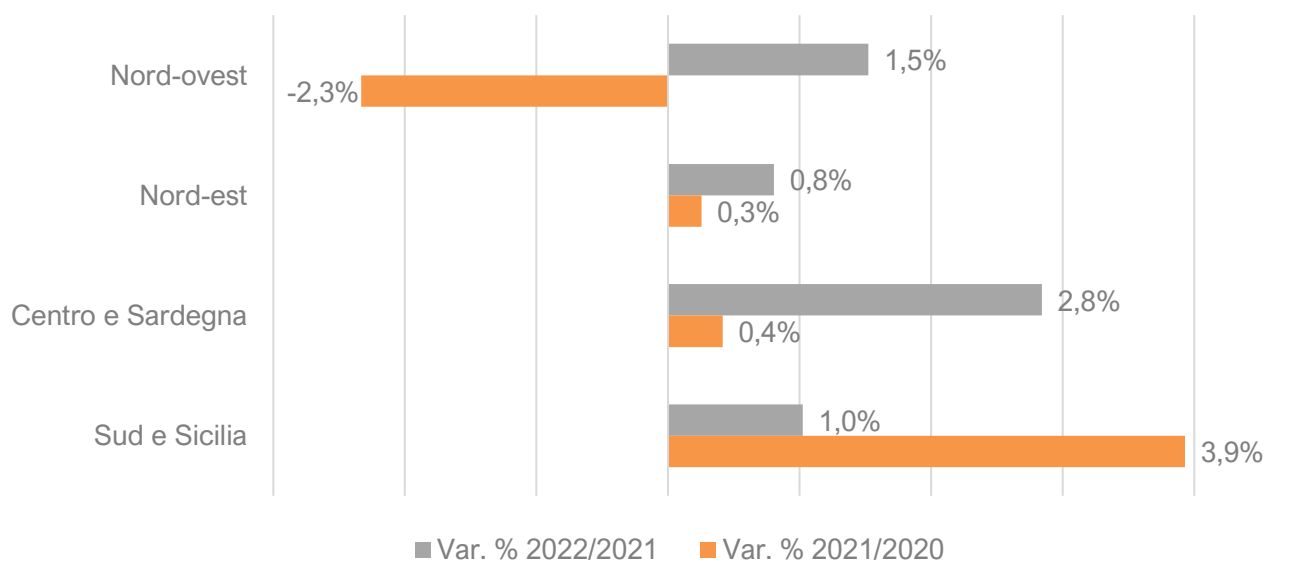
Una rassicurante inversione di tendenza si evidenzia nel Nord-ovest del Paese, areale che, con circa 650 milioni di vendite bio, si assicura il primato italiano. Dopo un 2021 contraddistinto da una flessione del 2,3% della spesa, facilmente spiegabile con il ritorno alla vita di ufficio, e quindi al consumo fuori casa, i consumi tornano a salire pur senza la spinta che in passato le aree metropolitane del nord erano riuscite a imprimere.

Distribuzione delle vendite di biologico e agroalimentare totale tra aree geografiche



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

Biologico: variazione % su base annua



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

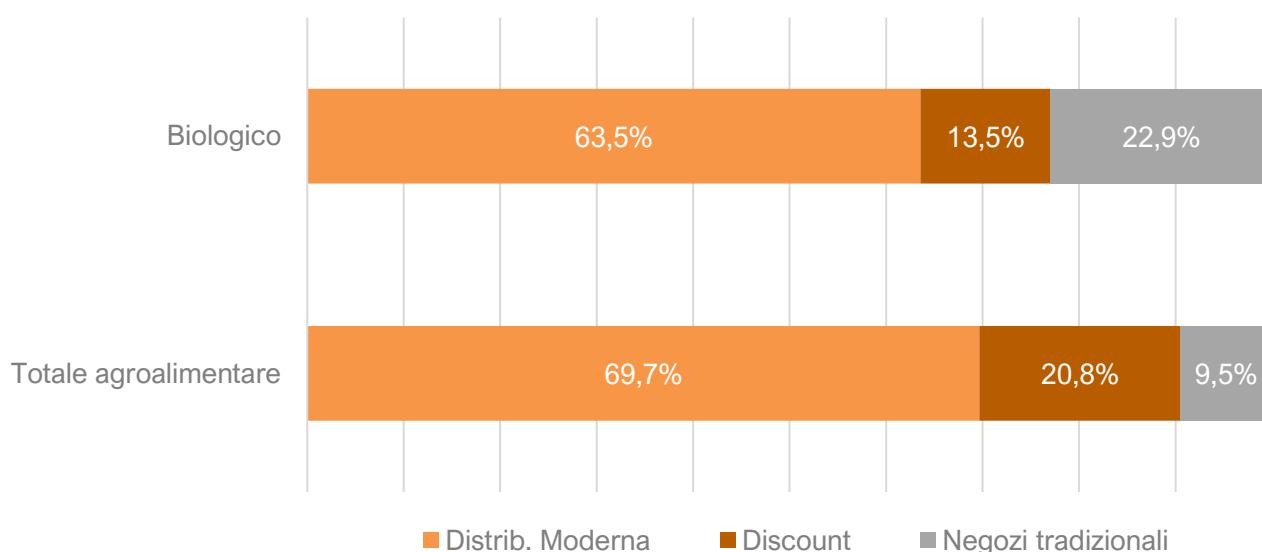


I supermercati rallentano anche nel 2022 mentre i discount crescono a doppia cifra

Tra i canali distributivi il supermercato resta quello preferito dai consumatori di biologico con un'incidenza del 63,5%, e un calo del fatturato dello 0,2% rispetto al 2021. A guadagnare importanti quote del mercato sono invece le vendite che passano per i discount, ormai prossime ai 300 milioni di euro e con una crescita di circa il 16%. L'aumento delle vendite nei discount si spiega sia con la crescente offerta di prodotti biologici nei punti vendita, sia dalla necessità delle famiglie italiane di fare attenzione al prezzo di acquisto del cibo, anche quando questo è bio.

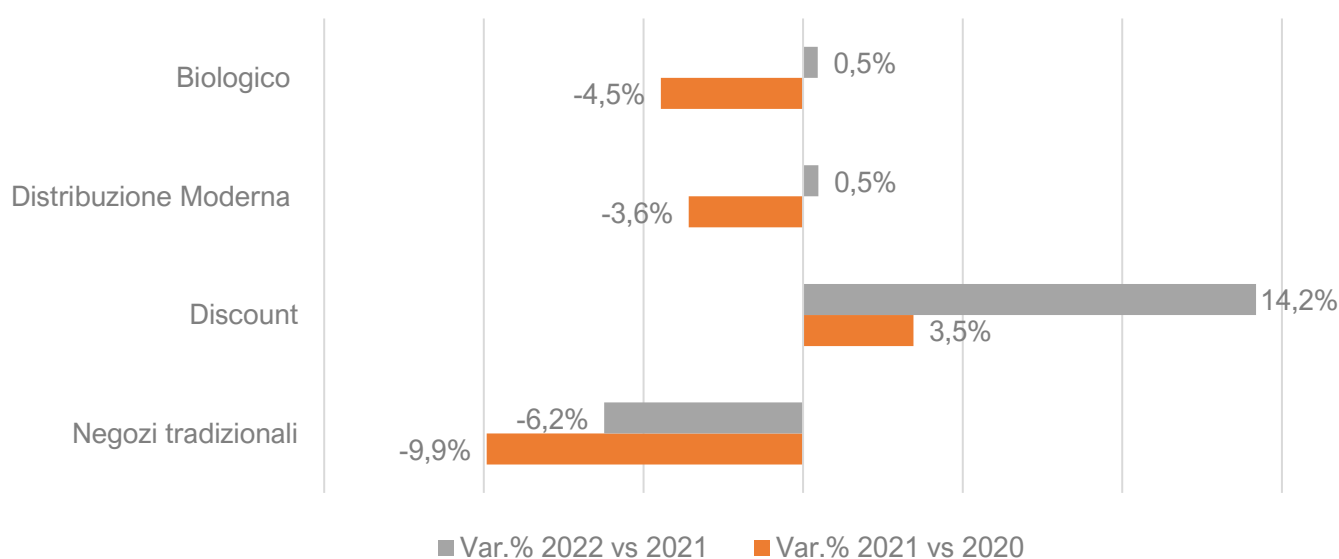
La catena dei negozi specializzati continua invece a perdere valore sia in termini assoluti di spesa (vendite più contenute di oltre 55 milioni di euro) che di rappresentatività rispetto agli altri canali. L'incidenza del comparto "negozi tradizionali" che include gli specializzati del biologico passa dal 25,2% del 2021 al 22,9% del 2022; continuano comunque ad essere importanti punti di riferimento per le famiglie che consumano abitualmente biologico e che tendono ad acquistare referenze certificate in maniera trasversale a tutte le categorie merceologiche.

I canali di vendita – Quote 2022



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen

I canali di vendita – Variazioni rispetto anni precedenti



Fonte: elaborazioni Ismea su dati Nielsen



Responsabile Fabio Del Bravo

Coordinamento
tecnico Antonella Giuliano
Antonella Finizia

Redazione Riccardo Meo
Veronica Cecchini

Contatti r.meo@ismae.it

Attività realizzata all'interno del progetto sull'agricoltura biologica Dimecobio IV