REPORT
Prodotti biologici
Focus sulla domanda internazionale e nazionale

Maggio 2012

In sintesi…

Il quadro internazionale dell'agricoltura biologica

Nel 2010, secondo gli ultimi dati disponibili, l'agricoltura biologica a livello mondiale ha sostanzialmente confermato l'estensione complessiva di 37 milioni di ettari registrata nel 2009, mentre il numero di aziende bio è risultato pari a 1,6 milioni, con un calo di circa l'11%.

Sul fronte del mercato, il biologico ha sviluppato un giro d'affari mondiale nel 2010 di 44,5 miliardi di euro, con una crescita del 7,7% sul 2009. Tale valore è realizzato per il 49% in Nord America, per un altro 47% in Europa e per il restante 4% in altri continenti.

La nazione più importante a livello internazionale è rappresentata dagli Usa con un peso del 45% sul giro d'affari mondiale del biologico, seguita a larga distanza dalla Germania e dalla Francia, mentre il nostro paese è più distanziato con un'incidenza del 3%.

In Europa le vendite di prodotti bio sono ammontate nel 2010 a circa 19,6 miliardi di euro, con una crescita che si aggira intorno all'8%. Il nostro paese si pone, come nel 2009, in quarta posizione nella graduatoria europea dei fatturati dopo la Germania, la Francia ed il Regno Unito ed al sesto a livello mondiale.

Dal punto di vista della spesa pro-capite per prodotti biologici, l'Italia invece non si colloca nelle primissime posizioni della graduatoria mondiale ed europea. A primeggiare sono la Svizzera e la Danimarca, paese quest'ultimo dove la quota del bio sul totale delle vendite agroalimentari raggiunge il 7%.

Gli acquisti domestici di prodotti biologici confezionati in Italia nella GDO

Continua la crescita della domanda di prodotti biologici confezionati nella GDO. Nel 2011, secondo i dati del Panel delle famiglie Ismea/GFK-Eurisko, i consumi domestici sono cresciuti dell'8,9% in valore, registrando ancora un ottimo incremento nel corso di un anno caratterizzato da un inasprimento della crisi economica, seppure in rallentamento rispetto al 2010.

La tendenza del bio confezionato nel 2011 discende dagli aumenti fatti registrare da quasi tutte le categorie di prodotti biologici monitorate. In ottima crescita in particolare risultano i prodotti lattiero caseari (+16,2%), le uova (+21,4%) ed i biscotti, i dolciumi, gli snack e le bevande analcoliche, tutti in aumento uguale o superiore al 16%.

Nel 2011 i consumi domestici di prodotti biologici confezionati continuano a crescere in valore in tutte le aree geografiche. Aumentano in particolare gli acquisti nel Nord Ovest (+12,5%), mentre più limitato è l'incremento nel Nord Est (+2,4%). Crescono inoltre dal 10 al 19% circa i consumi nel Centro-Sud, anche se in associazione a valori di mercato ancora contenuti.

Il cibo bio più consumato in termini monetari è ancora rappresentato dalle uova, grazie anche al buon aumento registrato rispetto al 2010 (+21,4%). In seconda posizione figura lo yogurt, che ha registrato nel 2011 una crescita degli acquisti in valore di ben il 27,5%. Inferiore è il livello degli acquisti complessivi di latte alimentare, terzo in graduatoria, i cui consumi sono cresciuti del 9,5% nel 2011.

INDICE degli argomenti

In sintesi…
pag. 1

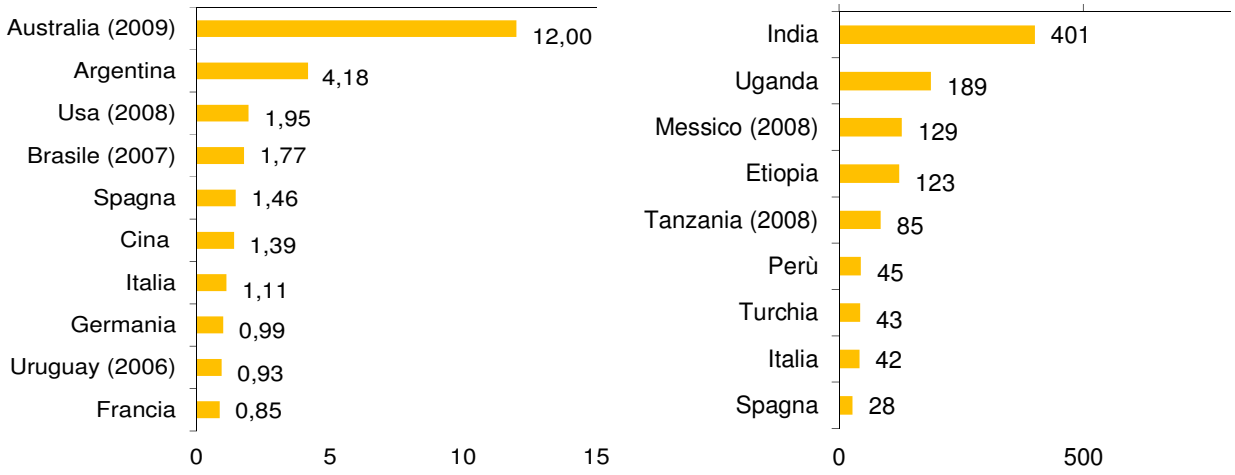
1. Il quadro internazionale dell'agricoltura biologica
pag. 2

2. Gli acquisti domestici nella GDO
pag. 4

1. Il quadro internazionale dell'agricoltura biologica

Secondo gli ultimi dati disponibili diffusi al Biofach 2012, l'agricoltura biologica a livello mondiale nel 2010 ha sostanzialmente confermato l'estensione complessiva di 37 milioni di ettari registrata nel 2009, dopo gli incrementi che si sono protratti ininterrottamente dal 2006. La sostanziale stabilità è dovuta al compensarsi di tendenze contrapposte, che hanno visto crescere le superfici europee e decrescere quelle latino-americane ed asiatiche.

Figura 1– Le principali nazioni per superfici bio (figura a sinistra, in milioni di ettari) e numero di operatori bio (figura a destra, in migliaia di unità)



Fonte: Rapporto FIBL-IFOAM 2012

A livello di paesi leader per superfici bio poco è cambiato rispetto al 2009 con l'Australia, l'Argentina e gli Usa ai primi tre posti della relativa graduatoria e con il nostro paese ben saldamente presente tra le prime dieci nazioni per estensioni bio.

Nel 2010 le nazioni in cui si sono registrati i maggiori incrementi delle superfici sono state soprattutto europee, in particolare la Francia (168 mila ettari in più), la Polonia (155 mila circa), e la Spagna (126 mila).

Il numero di aziende bio nel mondo è risultato pari a 1,6 milioni nel 2010, con un calo di circa l'11%. Da quanto emerge dai dati FIBL-IFOAM più di ¾ dei produttori mondiali di biologico ricade in paesi in via di sviluppo o emergenti.

In questo caso le nazioni leader sono India, Uganda e Messico, con l'Italia che si colloca all'ottavo posto della graduatoria.

Sul fronte del mercato, il biologico a livello mondiale ha sviluppato un giro d'affari nel 2010 di 59,1 miliardi di dollari (44,5 miliardi di euro), con una crescita del 7,7% sul 2009. Tale valore è realizzato per il 49% in Nord America il cui mercato continua ad essere in ottimo aumento e per un altro 47% in Europa dove invece i tassi di crescita negli ultimi anni sono risultati più bassi. Il restante 4% riguarda gli altri continenti, in cui in generale si sta registrando un graduale sviluppo dei mercati interni.

A livello di valore del mercato la nazione più importante a livello internazionale è rappresentata dagli Usa con un peso del 45% sul giro d'affari mondiale del biologico, seguita larga distanza dalla Germania e dalla Francia, mentre il nostro paese è più distanziato con un'incidenza del 3%.

Il nostro paese sia nel 2009 che nel 2010 ha presentato un andamento del mercato bio più favorevole rispetto a importanti nazioni come Germania, Regno Unito, Usa e Svizzera.

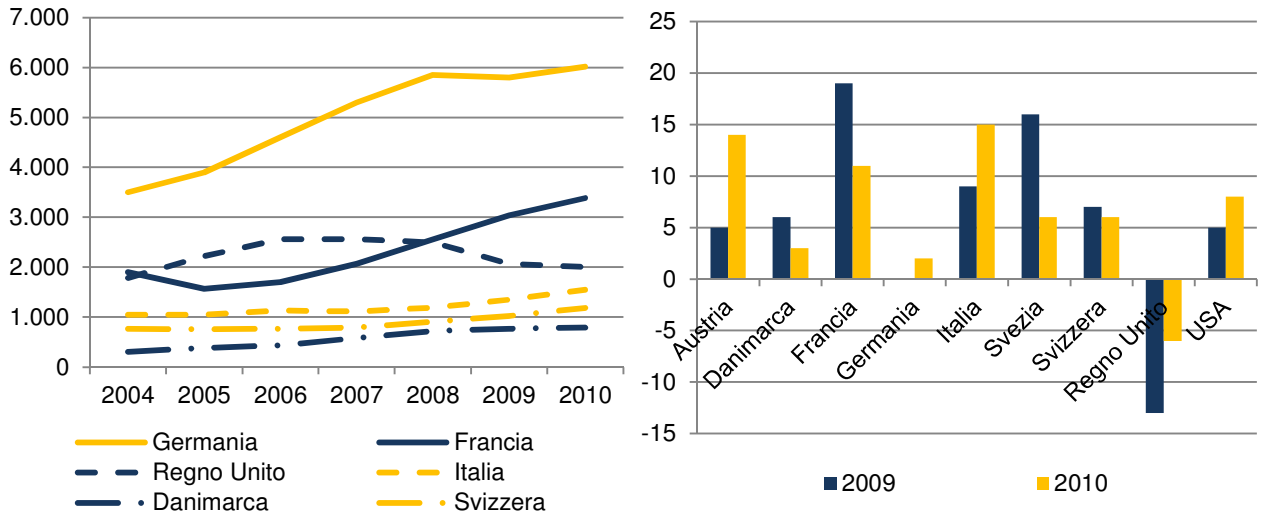
A livello europeo le vendite di prodotti bio sono ammontate nel 2010 a circa 19,6 miliardi di euro, con una crescita che si aggira intorno all'8%. In Europa ricadono sette delle prime dieci nazioni per valore del mercato e l'elevato numero di brand bio fa del mercato biologico europeo uno dei più competitivi al mondo.

Se nazioni come Germania, Francia, Regno Unito ed Italia registrano gran parte del fatturato continentale, i maggiori consumatori di biologico in Europa sono però rappresentati dai paesi scandinavi e da quelli situati

oltralpe (Austria, Svizzera).

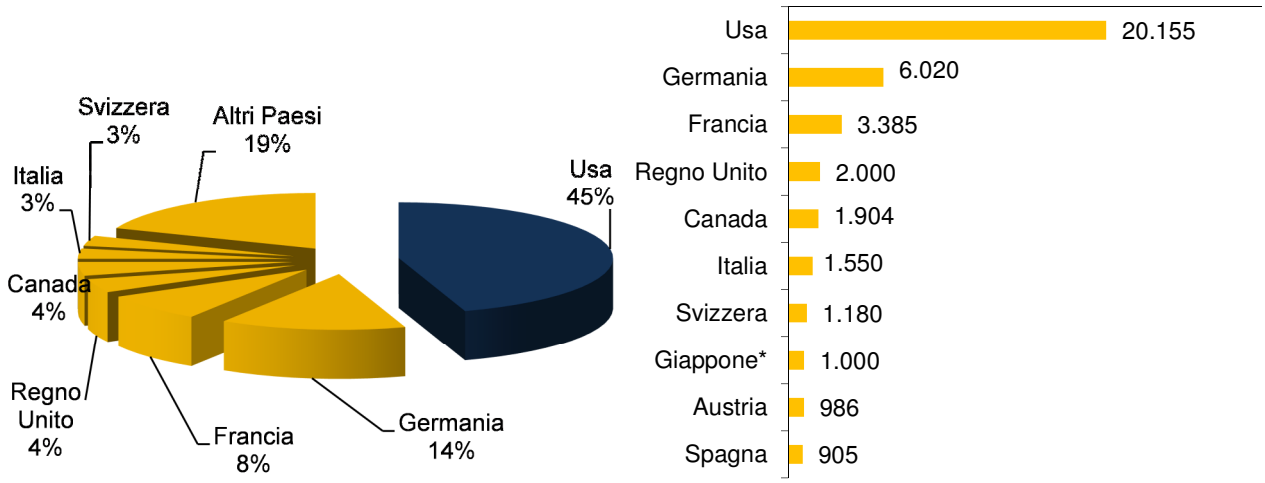
Il nostro paese si colloca, come nel 2009, in quarta posizione nella graduatoria europea dei fatturati dopo la Germania, la Francia ed il Regno Unito ed al sesto a livello mondiale.

Figura 2 – Evoluzione dei fatturati bio in alcuni paesi (figura a sinistra, in milioni di euro; figura a destra, variazioni % sull'anno precedente)



Fonte: Presentazione "The European Market for Organic Food" tenutasi a *Biofach 2012, Norimberga*

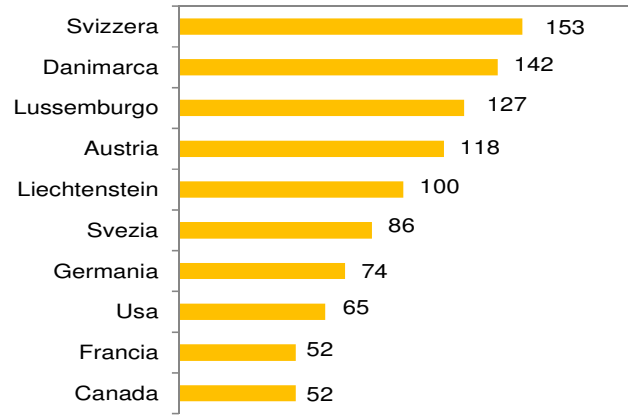
Figura 3 – Peso percentuale e graduatoria delle principali nazioni per fatturato sul mercato mondiale bio (nella figura a destra, valori in milioni di euro)



**dati relativi al 2009*

Fonte: Presentazione "The European Market for Organic Food" tenutasi a *Biofach 2012, Norimberga*

Figura 4 - I primi dieci paesi del mondo per spesa pro-capite bio nel 2010 (€/anno)



Fonte: Rapporto FIBL-IFOAM 2012

Dal punto di vista della spesa pro-capite per prodotti biologici, l'Italia invece non si colloca nelle primissime posizioni della graduatoria mondiale ed europea. A primeggiare sono invece la Svizzera e la Danimarca, paese quest'ultimo dove la quota del bio sul totale delle vendite agroalimentari raggiunge il 7%.

1.1. Gli acquisti domestici di prodotti biologici confezionati nella GDO

Passando ad analizzare più nel dettaglio le vendite di prodotti bio nel mercato italiano, si può osservare che anche nel 2011 gli acquisti di biologico confezionato nella GDO hanno continuato la loro crescita. Prosegue quindi il buon andamento del comparto biologico, che si protrae ormai dal 2005.

Secondo i dati provenienti dal Panel famiglie Ismea/GFK-Eurisko, gli acquisti domestici di prodotti biologici confezionati sono cresciuti in termini monetari dell'8,9%[1] nel 2011, registrando un ottimo incremento nel corso di un anno caratterizzato da un inasprimento della crisi economica, che già da qualche tempo attanaglia le economie mondiali.

La tendenza del bio confezionato nel 2011 discende dagli aumenti fatti registrare da quasi tutte le categorie di prodotti biologici monitorate.

In ottima crescita in particolare risultano i prodotti lattiero caseari (+16,2%, in particolare lo yogurt ed il burro), le uova (+21,4%) ed i biscotti, i dolciumi, gli snack e le bevande analcoliche (+16%).

Tab. 1 - Acquisti domestici in valore di prodotti bio confezionati nel 2011*

Categoria bio	Peso % sul totale 2011	Var. % 11/10	Categoria bio	Peso % sul totale 2011	Var. % 11/10
Ortofrutta fresca e trasformata	30,3	3,4	Biscotti, dolciumi e snack	7,9	16,1
di cui:			Zucchero, caffè, tè	5,9	-3,4
Confetture e marmellate	*8,2*	*8,6*	Bevande analcoliche	3,8	16,0
Succhi di frutta	*2,7*	*-11,4*	Carni e salumi	2,1	-8,2
Lattiero-caseari	23,2	16,2	Oli	1,7	-18,6
di cui:			Primi piatti pronti	0,5	-28,9
Yogurt	*9,2*	*27,5*	Altri prodotti bio	2,8	73,3
Latte alimentare	*8,5*	*9,5*	**Totale prodotti bio confezionati***	**100,0**	**8,9**
Uova	13,6	21,4			
Pasta, riso e sostituti del pane	8,1	-3,2			
di cui:					
Pasta	*2,4*	*-11,4*			

**I dati coprono circa l'87-90% del valore totale dei prodotti biologici confezionati acquistati per il consumo nelle mura domestiche*
Fonte: Ismea, Panel Famiglie GFK-Eurisko

1 Va evidenziato che i dati disponibili sono relativi soltanto all'87-90% del valore complessivo dei prodotti bio confezionati acquistati per il consumo nelle mura domestiche e non sono ad oggi disponibili i dati relativi a prodotti quali il miele, gli omogeneizzati, il pane industriale, ed altri ancora.

Molto più contenuto l'incremento per l'ortofrutta fresca e trasformata (+3,4%) che rimane la categoria bio più consumata con un peso sul totale del biologico confezionato in valore pari a poco più del 30%. In questa categoria rientra un vasto numero di prodotti con tendenze molto diverse. I primi tre sono rappresentati dalle confetture e marmellate, che nel 2011 hanno visto crescere i loro acquisti dell'8,6%, dai succhi di frutta che segnano un calo dell'11,4% e, tra i prodotti freschi, le lattughe che fanno rilevare un incremento notevole rispetto al 2010 (+31,7%).

In calo invece nel complesso la categoria che comprende pasta (in coerenza con quanto si è verificato nel comparto convenzionale), riso integrale e sostituti del pane, con flessioni anche importanti per i primi due e una sostanziale stabilità per quest'ultimo prodotto.

In flessione rilevante, ma in associazione ad un peso sul totale contenuto, carni e salumi, oli e primi piatti pronti, mentre molto più ridotta (-3,4%) è stata la diminuzione per zucchero, caffè e tè.

Gran parte dei consumi di prodotti bio sono concentrati su poche categorie: le prime quattro (ortofrutta fresca e trasformata, lattiero-caseari, uova, pasta, riso e sostituti del pane) nel 2011 coprono oltre i ¾ del totale.

Analizzando la spesa per biologico confezionato distinta per area geografica, si nota come il consumo domestico di prodotti bio nel 2011 si sia concentrato maggiormente, come negli anni passati, nelle regioni settentrionali del paese, mentre il Centro e in particolare il Sud rivestono ancora un peso minore.

Tab. 2 – Acquisti domestici in valore di prodotti biologici per area geografica nel 2011

	Peso % 2011	Var.%'11/10
Totale Italia	**100,0**	**8,9**
di cui:		
Nord Ovest	38,5	12,5
Nord Est	32,9	2,4
Centro[1]	20,7	9,8
Sud[2]	7,9	19,2

1 inclusa la Sardegna
2 inclusa la Sicilia
Fonte: Ismea, Panel Famiglie GFK-Eurisko

Nel 2011 i consumi domestici di prodotti biologici confezionati continuano a crescere in valore in tutte le aree geografiche. Aumentano in particolare gli acquisti nel Nord Ovest (+12,5%), mentre più limitato è l'incremento nel Nord Est (+2,4%). Crescono inoltre dal 10 al 19% circa i consumi nel Centro-Sud, anche se in associazione a valori di mercato ancora contenuti.

Sebbene nel complesso la quota del Sud sul totale Italia sia lievemente aumentata nel 2011, permane ancora lo squilibrio tra luoghi di produzione e luoghi di consumo, caratteristica storica e tipica del biologico italiano.

Per quanto concerne i prodotti biologici più consumati[2] anche in questo caso risulta una concentrazione piuttosto forte: i primi venti prodotti coprono circa il 72% del totale della spesa domestica di prodotti bio confezionati ed i primi dieci il 57%.

Tab. 3 - I primi dieci prodotti bio per acquisti in valore nel 2011*

Prodotto bio	Peso % sul totale 2011	Var. %11/10	Prodotto bio	Peso % sul totale 2011	Var. %11/10
Uova	13,6	21,4	Biscotti	3,1	13,0
Yogurt	9,2	27,5	Succhi di frutta	2,7	-11,4
Latte alimentare	8,5	9,5	Pasta	2,4	-11,4
Confetture e marmellate	8,2	8,6	Bevande alla soia	2,1	27,7
Sostituti del pane	5,2	0,3	Bevande istantanee	2,0	-5,8

**I dati coprono circa l'87-90% del valore totale dei prodotti biologici confezionati acquistati per il consumo nelle mura domestiche*
Fonte: Ismea, Panel Famiglie GFK-Eurisko

2 Si veda nota 2.

Permane dunque ancora una forte concentrazione degli acquisti, oltre che su poche categorie di prodotto, anche su pochi prodotti. Il cibo bio più consumato in termini di spesa è ancora rappresentato dalle uova, grazie anche al buon incremento registrato rispetto al 2010 (+21,4%). Le uova presentano nel 2011 un peso sul valore totale dei consumi domestici di bio confezionato pari al 13,6%.

In seconda posizione figura lo yogurt, con un'incidenza sul totale pari a circa il 9% e che ha registrato nel 2011 una crescita degli acquisti in valore di ben il 27,5%.

Inferiore è il livello degli acquisti complessivi di latte alimentare (fresco ed Uht), terzo in graduatoria, che incide sul totale delle vendite biologiche nella misura dell'8,5%. I consumi di latte bio nel 2011 sono inoltre cresciuti del 9,5%.

Seguono le confetture e marmellate che crescono dell'8,6% rispetto al 2010 ed i sostituti del pane, rimasti stabili come evidenziato in precedenza.

Gli altri prodotti posizionati più in basso nella graduatoria presentano andamenti quasi sempre positivi, a volte anche con tassi di crescita importanti. Tra i pochi prodotti che hanno segnato flessioni degli acquisti nel 2011 si segnalano i succhi di frutta, la pasta, l'olio e i limoni.

Tra le diverse aree geografiche non vi sono grandi differenze di consumo nel 2011 tra i principali prodotti bio. I primi sei a livello nazionale sono i più consumati anche nelle diverse aree geografiche.

Cambia qualcosa per le bevande alla soia che non rientrano nei primi dieci nel Centro e nel Nord Est o le bevande istantanee solubili che sono nella top-ten soltanto del Centro.

Entrano in graduatoria dei primi dieci più consumati invece l'olio extravergine al Nord Ovest, i cereali per la prima colazione, la lattuga ed i preparati per brodo al Nord Est e questi ultimi anche al Sud.

Area Mercati
Responsabile di redazione: Francesca Carbonari
Redazione a cura di: Enrico De Ruvo
e-mail: e.deruvo@ismea.it