

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA). Né l'Unione europea né l'amministrazione erogatrice possono essere ritenute responsabili. - Per indicazioni su diete equilibrate e sane, consultare le linee guida per una sana alimentazione sul sito www.salute.gov.it



**CHOOSE THE EUROPEAN
ORGANIC LEAF
FOR A BETTER WORLD.**
Good choices matter.



FEDERBIO
FEDERAZIONE ITALIANA AGRICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA



Finanziato
dall'Unione europea

L'UNIONE EUROPEA SUPPORTA
CAMPAGNE CHE PROMUOVONO
PRODOTTI AGRICOLI DI ALTA QUALITÀ.

**ENJOY
IT'S FROM
EUROPE**



24 FEBBRAIO 2025

DALLA RIVOLUZIONE VERDE ALLA
RIVOLUZIONE BIO
IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO

UN EVENTO ORGANIZZATO DA



IN COLLABORAZIONE CON

madeinitaly.gov.it



UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



Finanziato
dall'Unione europea



SESSIONE 2

Una lettura delle dinamiche recenti del settore biologico

Veronica Cecchini

Analista del settore biologico | Direzione Filiere ed Analisi dei Mercati - Ismea



AGENDA



La struttura produttiva del bio negli ultimi cinque anni



I prezzi all'origine e al consumo di alcuni prodotti biologici di interesse



Il mercato del settore biologico



Consultazione dei dati

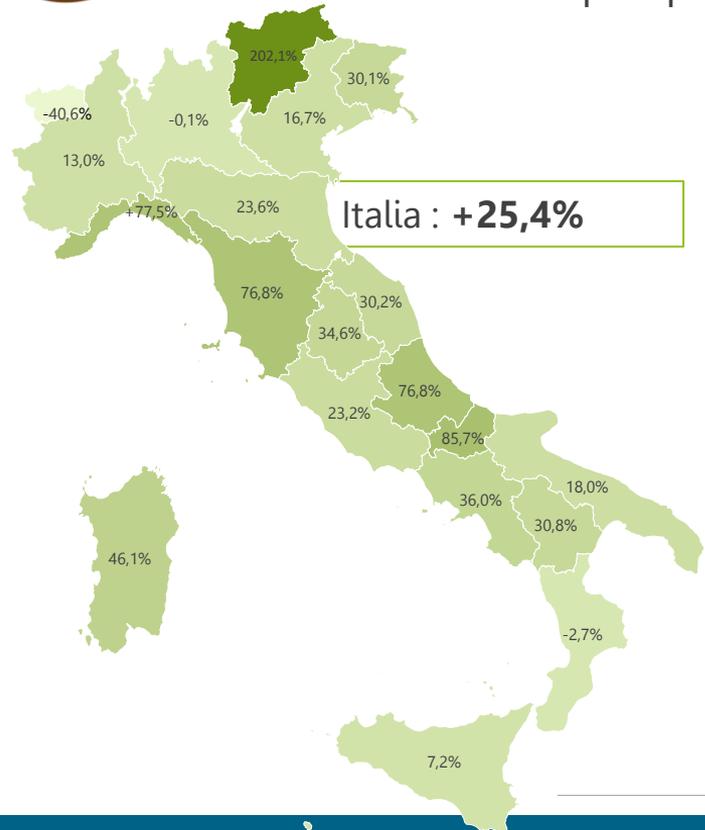


La struttura produttiva del bio negli ultimi cinque anni

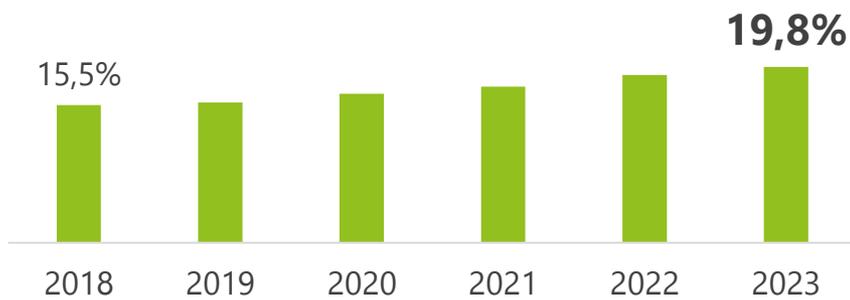


Le superfici biologiche in Italia

La variazione % nel quinquennio 2018-2023



Incidenza % SAU bio su SAU totale



rivoluzionebio.it





Gli operatori biologici in Italia

La variazione % nel quinquennio 2018-2023

+ 19,5 % gli **operatori** totali



Produttori
esclusivi
+18,2%



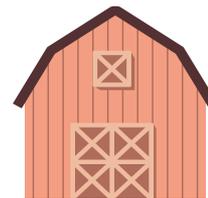
Produttori/
Preparatori
+40,2%



Preparatori
esclusivi
+4,8%



Importatori
+22,0%



Aziende Agricole
+21,4%

rivoluzionebio.it



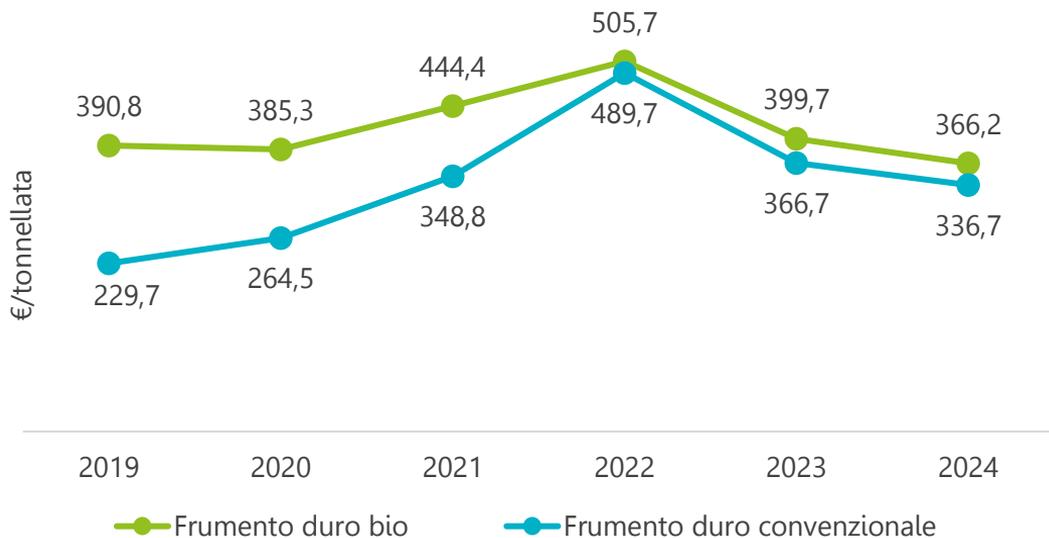


I prezzi all'origine di alcuni prodotti di interesse



FRUMENTO DURO Fino

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+70,1%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+8,8%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

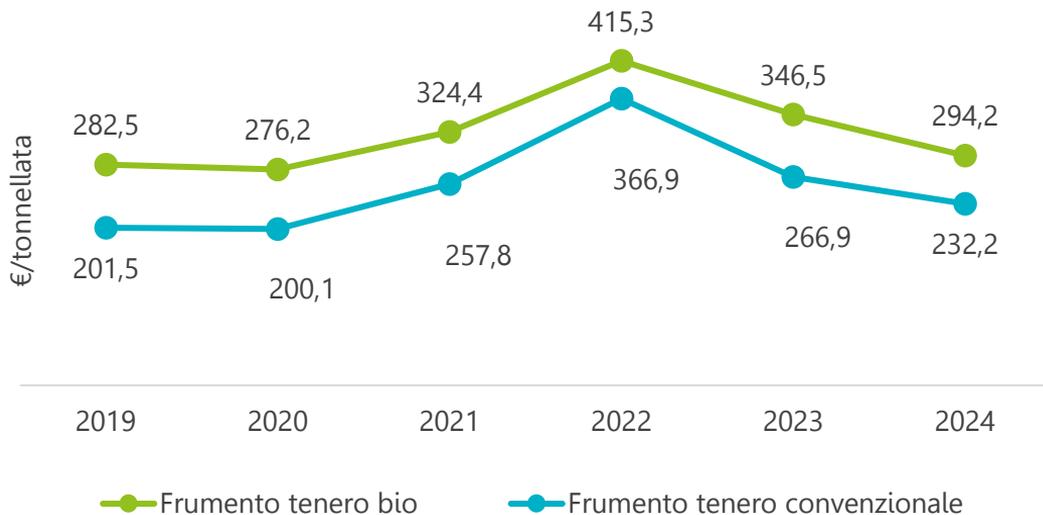
rivoluzionebio.it

**BEING
ORGANIC
in EU**



FRUMENTO TENERO Fino

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+40,2%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+26,7%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

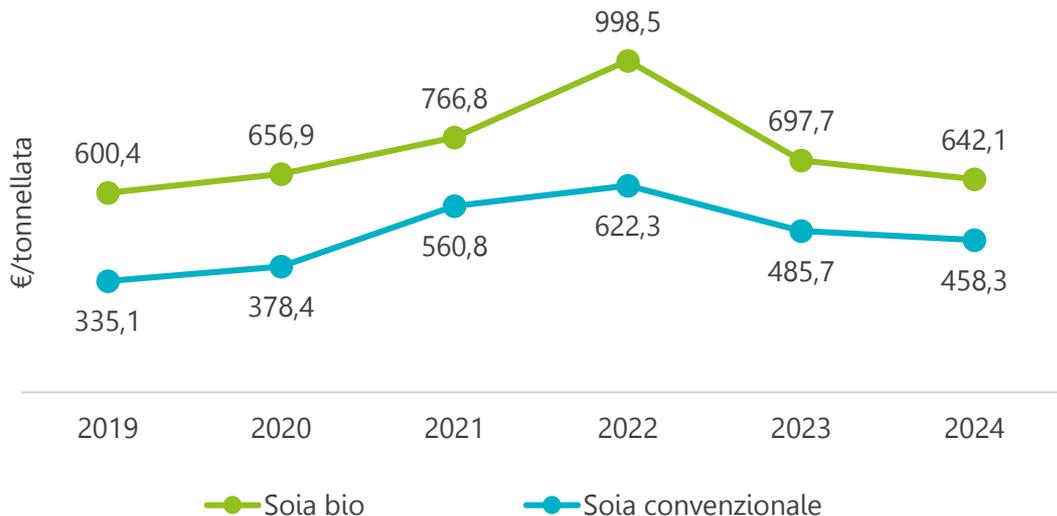
rivoluzionebio.it

**BEING
ORGANIC
in EU**



SOIA

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+79,2%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+40,1%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

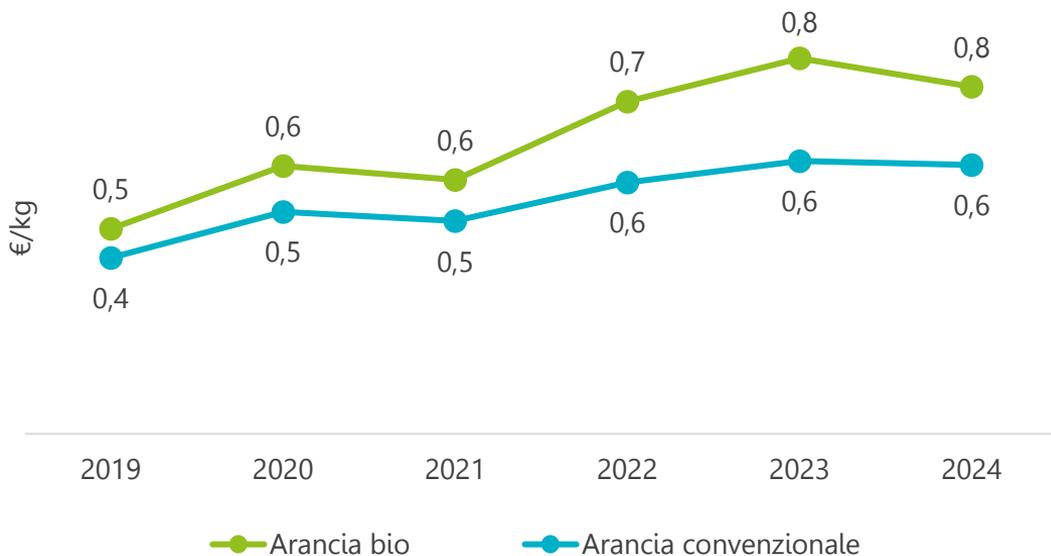
rivoluzionebio.it





ARANCIA

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+16,5%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+29,1%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

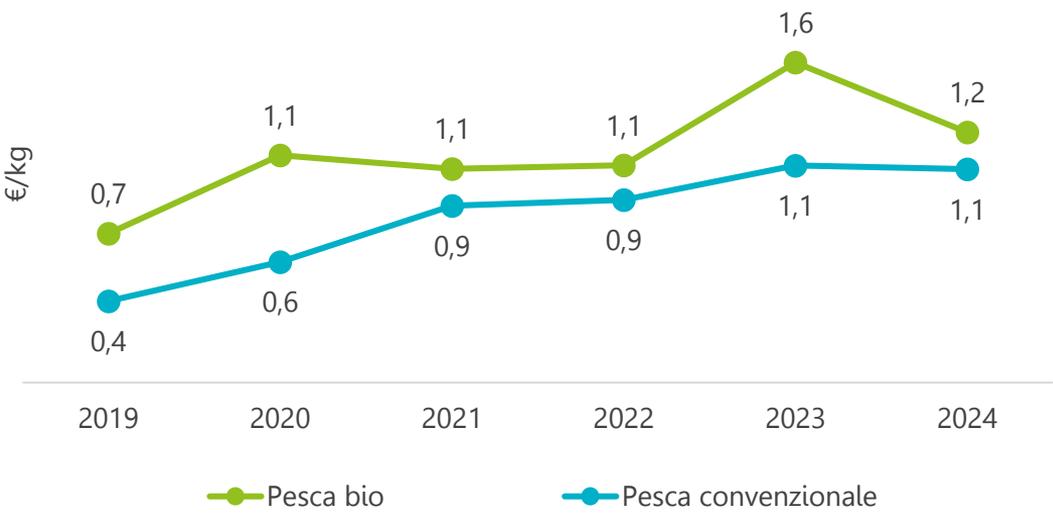
rivoluzionebio.it





PESCA Polpa gialla

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+83,0%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+17,3%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

rivoluzionebio.it

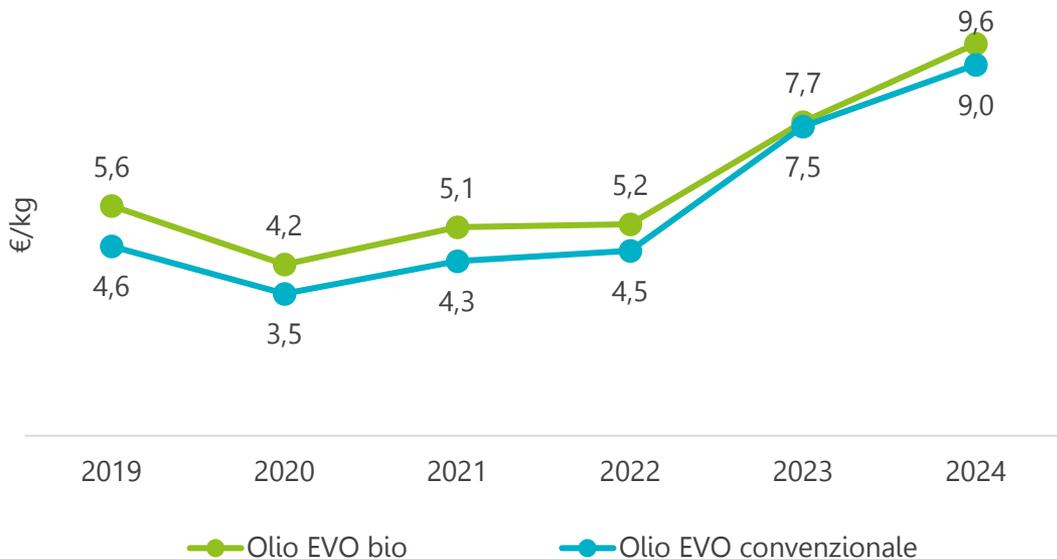


Fonte: Elaborazione Ismea su rete di rilevazione prezzi bio



OLIO EVO

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+21,3%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+5,6%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

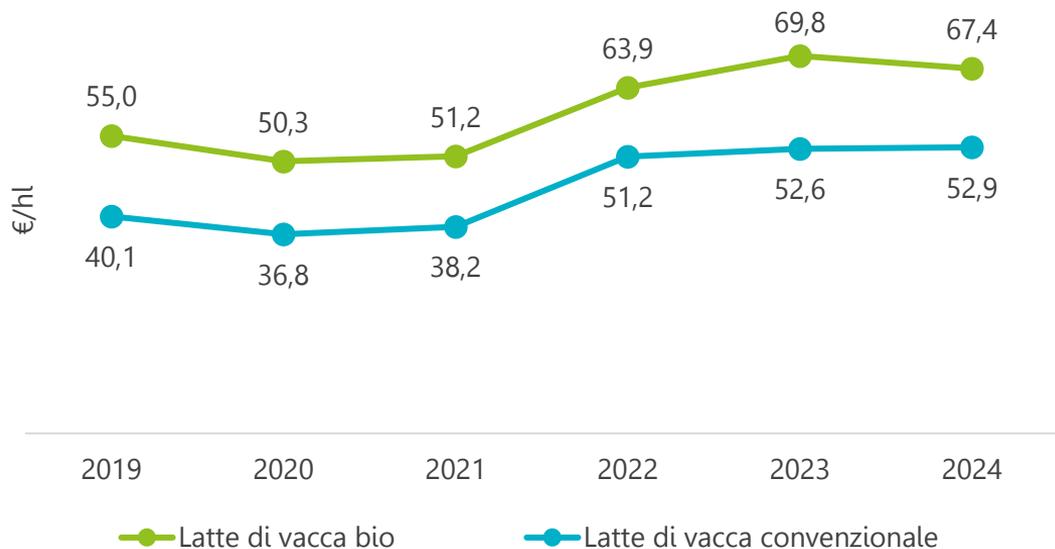
rivoluzionebio.it

**BEING
ORGANIC
in EU**



LATTE Alimentare

Prezzi medi annuali all'origine



Nel 2019
+37,1%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+27,4%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

rivoluzionebio.it

**BEING
ORGANIC
in EU**

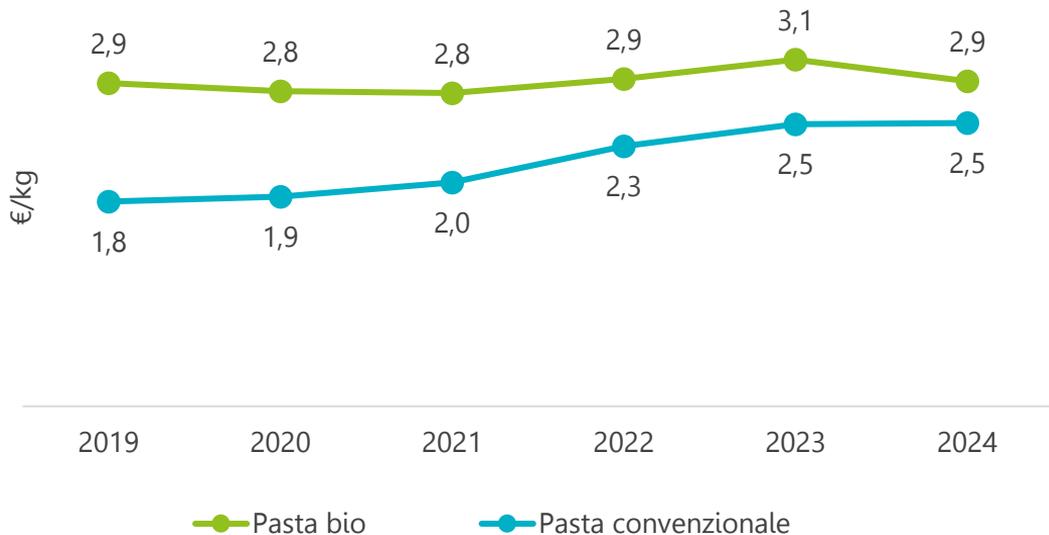


I prezzi al consumo di alcuni prodotti di interesse



PASTA

Prezzi medi annuali al consumo



Nel 2019
+57,8%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+14,8%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

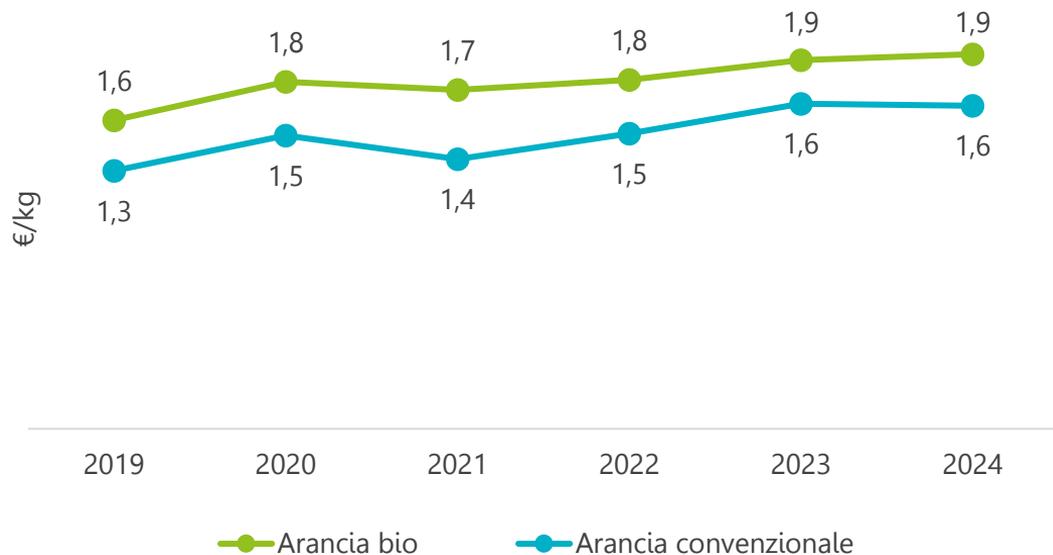
rivoluzionebio.it





ARANCIA

Prezzi medi annuali al consumo



Nel 2019
+19,6%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+16,0%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

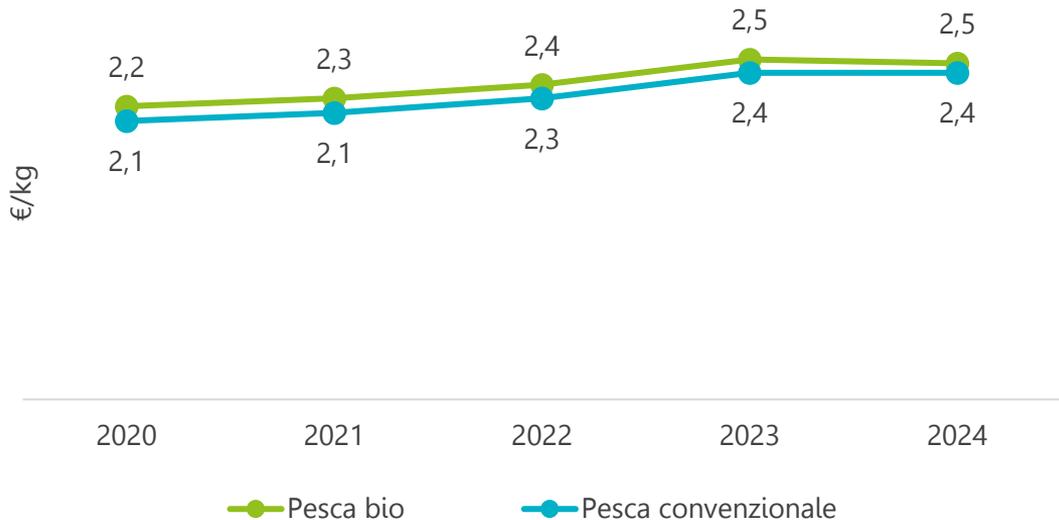
rivoluzionebio.it





PESCA

Prezzi medi annuali al consumo



Nel 2019
+5,3%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+2,9%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

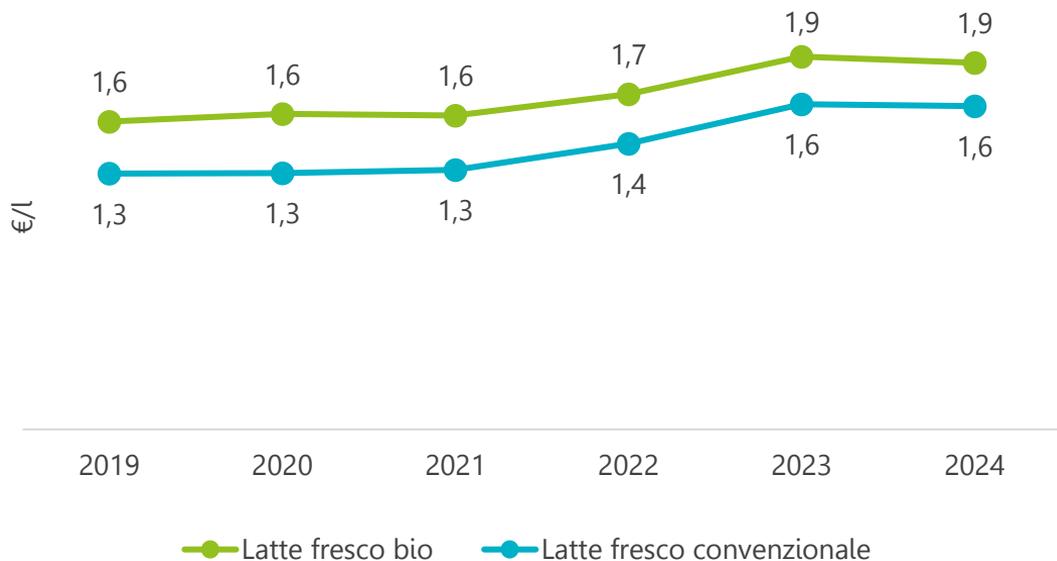
rivoluzionebio.it





LATTE Fresco

Prezzi medi annuali al consumo



Nel 2019
+20,3%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+13,5%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

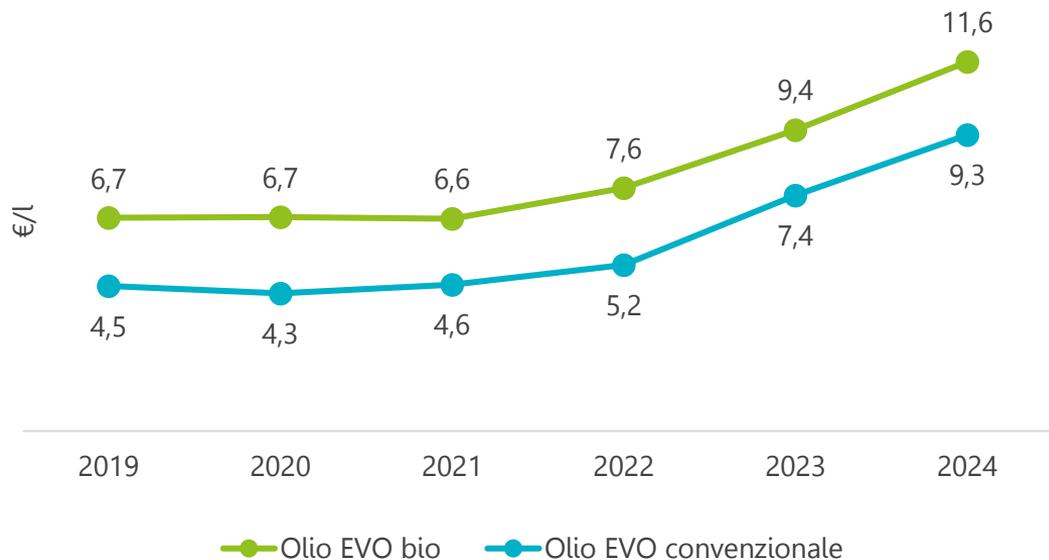
rivoluzionebio.it





OLIO EVO

Prezzi medi annuali al consumo



Nel 2019
+47,0%
GAP prezzo
Bio/Conv.

Nel 2024
+24,7%
GAP prezzo
Bio/ Conv.

rivoluzionebio.it



Fonte: Elaborazione Ismea su dati Nielsen



Il mercato del settore biologico



La domanda interna di biologico nel 2024



TENDENZE

Cresce la **propensione al consumo** delle famiglie italiane di **referenze biologiche** ad un **tasso superiore** rispetto al **totale agroalimentare**, sia in volume che in valore



CONSIDERAZIONI

- **Incidenza % degli acquisti di biologico** sulla **spesa totale agroalimentare** in leggera crescita (+0,1% sul 2023)
- **Confusione** sulle caratteristiche **distintive del prodotto biologico**



APPROFONDIMENTI

Due indagini qualitative per conoscere la **percezione** e il **posizionamento del prodotto biologico** in due **canali alternativi** alla GDO che alimentano i consumi domestici bio



Il biologico nei mercati contadini



➤ **Obiettivo** Approfondimento sul **posizionamento** del **prodotto biologico** nella **vendita diretta** finalizzato a rilevarne il **peso economico** e il ruolo attraverso **comportamenti, percezioni e attese di produttori e consumatori**

➤ **Target**

- 1. Numerosità e caratteristiche nei mercati contadini di Campagna Amica 
- 2. Le strategie di vendita applicate
- 3. I consumatori e i prodotti biologici 

➤ **Dimensione del campione**



304 mercati → incidenza del biologico nei mercati contadini



200 aziende → fenomenologia di vendita diretta dei prodotti biologici



1.270 consumatori → fenomenologia dell'acquisto dei prodotti biologici

rivoluzionebio.it





Le risultanze dell'indagine



- **10,8 aziende mediamente** (convenzionali, biologiche e miste) che **effettuano la vendita diretta**
- 50,3% dei mercati oggetto della ricerca ospita almeno un'azienda con prodotti certificati biologici, in modo esclusivo o misto
- **2,4 aziende agricole** in media con prodotti biologici certificati



- 8 anni, valore medio di utilizzo del canale di vendita diretta
- **42%** del campione utilizza esclusivamente la **vendita diretta**
- **50,8% quota di fatturato** afferenti alla **vendita diretta**
- 50,2 milioni di euro, il fatturato di biologico dichiarato



- **6 su 10 acquistano bio**
- **74,0%** dichiara i mercati contadini come **canale distributivo preferito per l'acquisto di prodotti bio**
- **6,2%** indica la presenza di prodotti bio come **prima motivazione nella scelta del banco**, un criterio di scelta importante ma non prioritario
- **64,0% conosce il logo del biologico**, il 23,2% non ne conosce il significato, il 12,4% non lo ha mai visto

Il biologico nell'E-commerce

➤ **Obiettivo** Conoscere il **posizionamento** e il **ruolo** del **prodotto biologico** nel canale **dell'E-commerce**, evidenziando le **peculiarità** di questa modalità di vendita e le sue eventuali potenzialità di crescita nel periodo post pandemico.

➤ **Target**



1. Preferenze e motivazioni di scelta di questo canale e stima dell'incidenza, in termini di spesa effettuata, rispetto agli altri canali di acquisto.



2. Caratteristiche, dinamiche e potenzialità di sviluppo dell'E-commerce di prodotti agroalimentari biologici con un gruppo di operatori specializzati.



3. Peculiarità dell'offerta dei produttori biologici nel canale dell'E-commerce, del suo valore strategico attuale e della percezione dei produttori per il futuro.

➤ **Dimensione del campione**



40 consumatori → tutti acquirenti di biologico



11 piattaforme online → in parte specializzate nei prodotti biologici, in parte miste



35 imprese biologiche di produzione e/o trasformazione



Le risultanze dell'indagine



- **Propensione** al digitale, attenzione agli **aspetti salutistici** e alla **provenienza del prodotto**, atteggiamento esigente.
- **Stile di vita impegnato** e dinamico, una maggiore propensione all'esplorazione e all'innovazione, una **forma mentale aperta**.
- Buon livello culturale e **discreta capacità di spesa**.



- Tendenza in **aumento dell'interesse verso il prodotto biologico** nel suo complesso, l'**ortofrutta** è una voce estremamente importante.
- I **volumi di vendita online** di **prodotti biologici** risultano oggi **superiori** a quelli degli **anni pre-pandemici**.
- Le **strategie di comunicazione** sono basate per **tutti** gli intervistati sul **social media marketing**, a cui si affiancano per alcuni la newsletter, per altri l'utilizzo di WhatsApp o di Direct E-mail Marketing (DEM).
- **Attenzione ai trasporti** e al **confezionamento** adeguato per garantire una **perfetta conservazione** fino alla consegna.



- La **provenienza** delle **materie prime** o dei semilavorati acquistati è in gran **parte italiana**, con una forte presenza regionale.
- La maggior parte utilizza **un proprio sito per la vendita online** mentre la restante parte si appoggia a piattaforme.
- Iniziative di comunicazione online: oltre che sul proprio sito, **investimento in social media marketing**, newsletter, blog.
- Fattori chiave: **logistica e tempistica, da realizzare miglioramenti**.



Consultazione dei dati



In evidenza sul Bio

 <p>Indicazioni Bio Bank: disponibile il 17° rapporto</p>	 <p>Indicazioni 4th edition of the EU Organic Awards: aperte le candidature</p>	 <p>Indicazioni RIVOLUZIONE BIO – gli Stati Generali del settore</p>
---	---	--

Tutte le News

SISTEMA DI INFORMAZIONE NAZIONALE SULL' AGRICOLTURA BIOLOGICA



Le aziende biologiche



Referenti Bio



Menu Bio



Lab. autorizzati



Conversione al Bio



Publicazioni



Rassegne stampa



Eventi

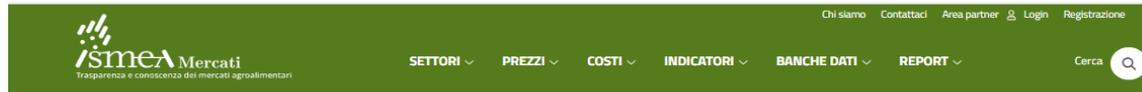


<p>SUPERFICI</p> <ul style="list-style-type: none"> Per prodotto e area geografica Per area e per anno In conversione e convertite per prodotto 	<p>ZOOTECNIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Allevamenti zootecnici
<p>OPERATORI</p> <ul style="list-style-type: none"> Per tipologia e area geografica Per area geografica 	<p>ACQUACOLTURA</p> <ul style="list-style-type: none"> Produzioni in acquacoltura
<p>IMPORTAZIONI DA PAESI TERZI</p> <ul style="list-style-type: none"> Per paese d'origine Per prodotto, serie storica 	<p>PREZZI</p> <ul style="list-style-type: none"> Prezzi all'origine

✓ <https://sinab.it/navigazione-banca-dati>



ISMEA MERCATI



[Home](#) > [Biologico](#)

Prodotti Bio

La scheda di settore contiene tutte le principali grandezze sia di tipo strutturale che congiunturale. Al suo interno è possibile trovare gli ultimi dati su superfici, operatori, produzione, prezzi, consumi interni e scambi commerciali, corredati anche da una Swot Analysis e dall'indicazione delle prospettive. **Aggiornamento al 2024.**

Scheda di settore



Numeri del settore



[Vai alle infografiche](#)

Prezzi

- Mensili per prodotto
- Mensili per varietà
- Mensili per piazza
- Mensili ortofrutta e oli

Dati

- I numeri del settore
- Infografiche
- Bio statistiche
- Superfici e operatori biologici

News e report

- Ultime dal settore
- Report

✓ <https://www.ismeamercati.it/tipici-bio/prodotti-biologici>

rivoluzionebio.it

**BEING
ORGANIC
in EU**



www.beingorganic.eu

VERONICA CECCHINI

Analista delle politiche agricole e di mercato presso la direzione Filiere e Analisi dei mercati

v.cecchini@ismea.it

Ismea