

**NOMISMA/MACFRUT BIO: LE VENDITE DI ORTOFRUTTA BIO NELLA GDO SALGONO A 147 MILIONI € (+28% A FRONTE DEL +9% DELL'INTERA CATEGORIA)  
6 ITALIANI SU 10 SCELGONO FRUTTA E VERDURA BIOLOGICA  
MOTIVAZIONE DI ACQUISTO: SALUTE E SICUREZZA AL PRIMO POSTO  
E' quanto emerge dalla ricerca Nomisma "Il mercato dell'ortofrutta biologica in Italia e Germania"  
presentata a MACFRUT BIO**

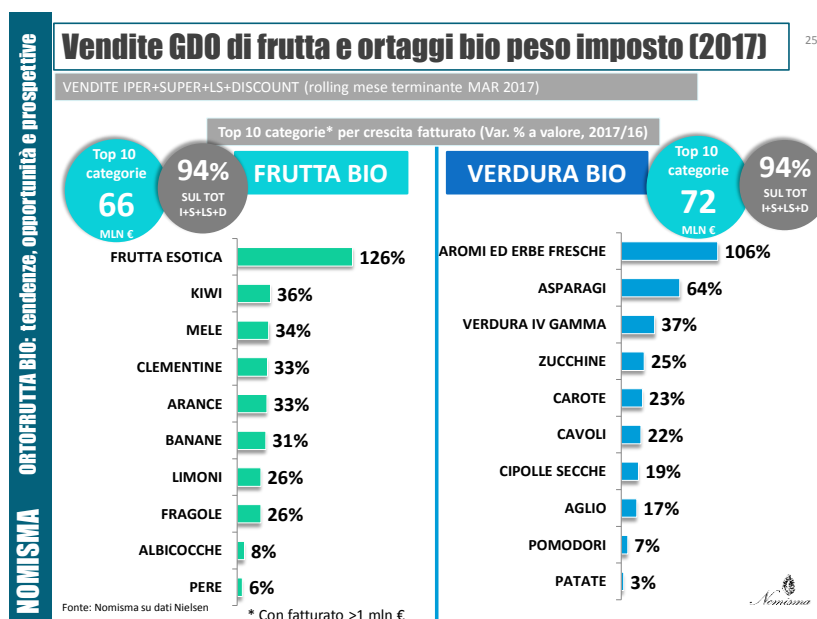
**MACFRUT 2017**

**COMUNICATO STAMPA**

Rimini, 11 maggio 2017 - Frutta e verdura da sempre rappresentano un elemento rilevante nella dieta delle famiglie italiane. Nel 2016 i consumi di frutta e ortaggi freschi sono cresciuti a volume del +2,2% rispetto al 2015 (oltre 9 milioni di tonnellate vendute in tutti i canali, 152 kg pro capite consumati), un segnale incoraggiante rispetto ai trend negativi registrati negli ultimi anni. Anche la Germania, nonostante non goda della stessa tradizione alimentare e non abbia la forte vocazione produttiva dell'Italia, ha visto crescere i consumi nell'ultimo anno (+1,3% e quasi 9 milioni di tonnellate di vendite, corrispondenti a 107 kg pro capite). Queste sono le novità emerse dall'analisi di Nomisma predisposta in occasione di MACFRUT BIO - sezione speciale della fiera internazionale dell'ortofrutta dedicata per la prima volta alla produzione naturale - con il patrocinio di CCPB, ente di certificazione e controllo di prodotti biologici - per il Workshop "Il mercato dell'ortofrutta biologica in Italia e Germania".

All'interno del paniere ortofrutticolo, l'ortofrutta biologica ha un grande successo ed è sempre di più apprezzata dai consumatori. I dati Nielsen indicano che in Italia le vendite di ortofrutta bio a peso imposto (mese terminante marzo 2017) hanno raggiunto 147 milioni di euro nella sola GDO, segnando un balzo del +28% rispetto all'anno precedente, a fronte di un +9% delle vendite di ortofrutta in generale.

L'ortofrutta fresca bio ha da sempre un ruolo determinante nelle vendite di prodotti biologici (pesa per l'11% sulle vendite bio nella GDO) e ha ulteriori potenzialità di mercato (le vendite bio pesano per il 4,4% sul totale delle vendite di ortofrutta), viste il crescente interesse del consumatore.



Fonte: Nomisma su dati Nielsen

In Germania il biologico nel suo complesso ha dimensioni più rilevanti:

- 9,5 miliardi le vendite bio (tutti i canali e tutte le categorie di prodotto) nel 2016, +10% rispetto al 2015)
- Lo share del bio è pari al 5% sul totale delle vendite alimentari
- Come per l'Italia l'ortofrutta fresca è la categoria che maggiormente trascina in alto i consumi di prodotti biologici.

In generale, la domanda di alimenti a marchio biologico è cresciuta in entrambi i Paesi sia in termini di vendite che di famiglie acquirenti (in Italia il 77% ha acquistato almeno un prodotto bio nell'ultimo anno, contro il 74% rilevato da Nomisma lo scorso anno). In questo contesto i prodotti ortofruttili freschi si confermano la categoria su cui ricade il maggiore interesse da parte dei consumatori.

I risultati della Survey Nomisma-MACFRUT BIO mostrano che il 60% delle famiglie italiane ha acquistato frutta e verdura a marchio biologico in almeno una occasione nel 2016 (63% la consumer base per la frutta fresca bio, 62% per verdure ed ortaggi freschi, 32% verdura IV gamma e 5% frutta IV gamma). L'ortofrutta fresca bio è la categoria con il maggiore numero di famiglie acquirenti, superando molti prodotti di largo consumo bio (tra gli altri: olio extra-vergine d'oliva - 52%), uova - 50% e yogurt - 42%).

### **Ma qual è l'identikit del consumatore italiano di frutta e verdura bio?**

Tra i fattori che spingono in alto l'interesse verso il bio vi sono reddito e istruzione: a maggior capacità di spesa e titolo di studio più elevato del responsabile acquisti della famiglia si associano a tassi di penetrazione più elevati (ad esempio tra chi ha redditi medio-alti la quota di user di ortofrutta fresca bio arriva al 66% contro il 53% di chi ha redditi medio-bassi).

Anche la classe di età è una chiave di lettura: tra i responsabili degli acquisti della famiglia di età compresa tra 30 e 44 anni la quota di acquirenti è più elevata (65% contro 51% deli over 55).

L'interesse per l'ortofrutta fresca bio è più forte anche in funzione degli stili alimentari: nei nuclei dove sono presenti componenti che, per scelta o necessità, pongono grande attenzione alla dieta la propensione all'acquisto del biologico è più marcata (il ricorso al bio sale all'84% nei vegetariani e nell'83% tra i vegani, tra chi segue la dieta macrobiotica la quota è superiore al 90%).

Anche nei nuclei con figli di età inferiore a 12 anni l'interesse per l'ortofrutta fresca bio è più alto: le famiglie acquirenti in questo segmento sale al 72% acquista ortofrutta bio contro il 56% delle famiglie senza figli conviventi o con figli già adolescenti.

Tra i consumatori il 64% è frequent user, mangia frutta e verdura ogni giorno o quasi (28%) o almeno una volta a settimana (36%), selezionandola soprattutto in base alla stagionalità (30% indica questo fattore come principale tra i criteri di scelta dell'ortofrutta bio) e all'origine italiana (28%).

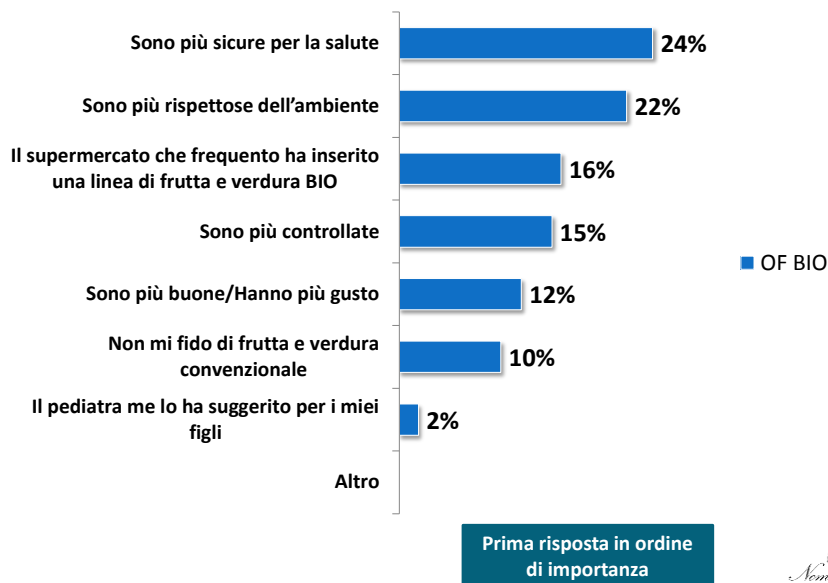
Due le leve principali che inducono a preferire l'ortofrutta biologica: innanzitutto la maggior sicurezza per la salute (1 acquirente su 4 indica tale fattore come prioritario). Ma i valori percepiti associati al biologico non si limitano alle esternalità positive per il consumatore: il 22% associa infatti nel rispetto dell'ambiente la principale motivazione che porta a scegliere l'ortofrutta biologica. La disponibilità dell'ortofrutta bio nei supermercati abitualmente frequentati è certamente un altro fattore che favorisce l'acquisto (il 16% segnala l'accessibilità come motivazione più importante).

E il successo dell'ortofrutta bio arriva dal riconoscimento attribuito dal consumatore in termini di qualità: il 63% degli acquirenti ritiene che l'ortofrutta fresca biologica abbia caratteristiche organolettiche superiori a quella convenzionale – segno che ormai è conclamato che il biologico sia sinonimo di grande qualità.

## Motivi di acquisto dell'ortofrutta bio

34

Lei acquista frutta e verdura biologica perché...



Fonte: Consumer Survey Nomisma per MACFRUT 2017

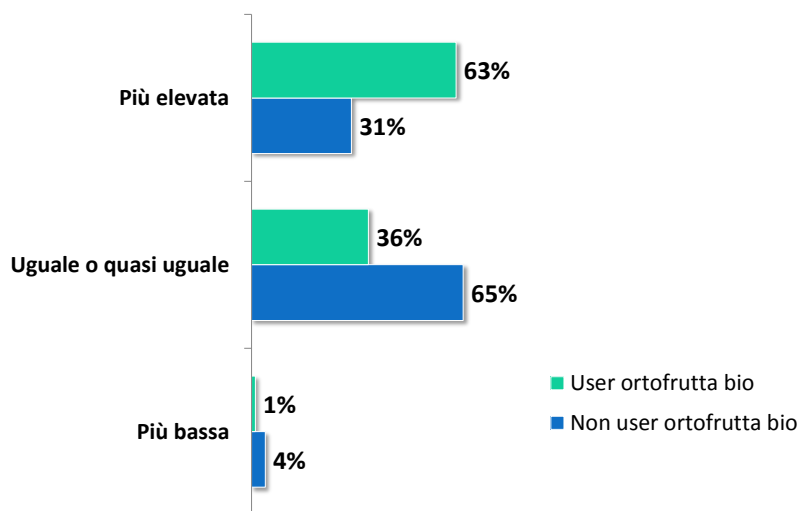


Fonte: Survey Nomisma per MACFRUT BIO 2017

## Ortofrutta bio: qualità percepita

38

Secondo Lei frutta e verdura a marchio biologico rispetto alla frutta e verdura non bio hanno qualità mediamente...



Fonte: Consumer Survey Nomisma per MACFRUT 2017



Fonte: Survey Nomisma per MACFRUT BIO 2017

Lo studio Nomisma presentato a MACFRUT BIO ha voluto approfondire anche le abitudini e i comportamenti del consumatore tedesco di prodotti alimentari bio e di ortofrutta in particolare. I dati del mercato tedesco evidenziano come il 68% delle famiglie scelgono il biologico in almeno una occasione (46 milioni persone over 14 anni). La quasi totalità degli *user bio* acquista ortofrutta bio, conferma del fatto che la categoria è da sempre un traino fondamentale del settore.

Tra i consumatori c'è una quota di user "fedeli" che acquista esclusivamente frutta e verdura provenienti da agricoltura biologica (11%), un ulteriore 44% è frequent user e il restante 42% la consuma solo occasionalmente. Per il consumatore tedesco il brand ha un ruolo meno rilevante nella scelta dei prodotti biologici: fondamentale è la garanzia di prodotti sempre freschi e di qualità (aspetto rilevante per il 52% degli user bio) e che abbiano un gusto naturale (50%).

"Il biologico cresce a doppia cifra e da tempo non è più una nicchia: 8 italiani su 10 consumano bio." dichiara Silvia Zucconi – responsabile Market Intelligence Nomisma "L'ortofrutta fresca è la categoria che meglio esprime la chiave del successo del bio: crescono le vendite in GDO (+28% nell'ultimo anno) e i consumatori apprezzano sicurezza e qualità delle produzioni. Ma la sicurezza non è il solo valore positivo: il bio infatti è la svolta della sostenibilità - poiché è un contributo attivo per la preservazione dell'ambiente. La cultura del bio appassiona i consumatori, sempre più attenti e consapevoli dell'impatto delle scelte alimentari".

**Ufficio Stampa CCPB**

Filippo Piredda

tel. 3290234848

[pressoffice@ccpb.it](mailto:pressoffice@ccpb.it)

**Ufficio Stampa Nomisma**

Edoardo Caprino – Cell 3395933457

Giulia Fabbri – Cell 3456156164

[ufficiostampa@nomisma.it](mailto:ufficiostampa@nomisma.it)