



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Ufficio di Berlino

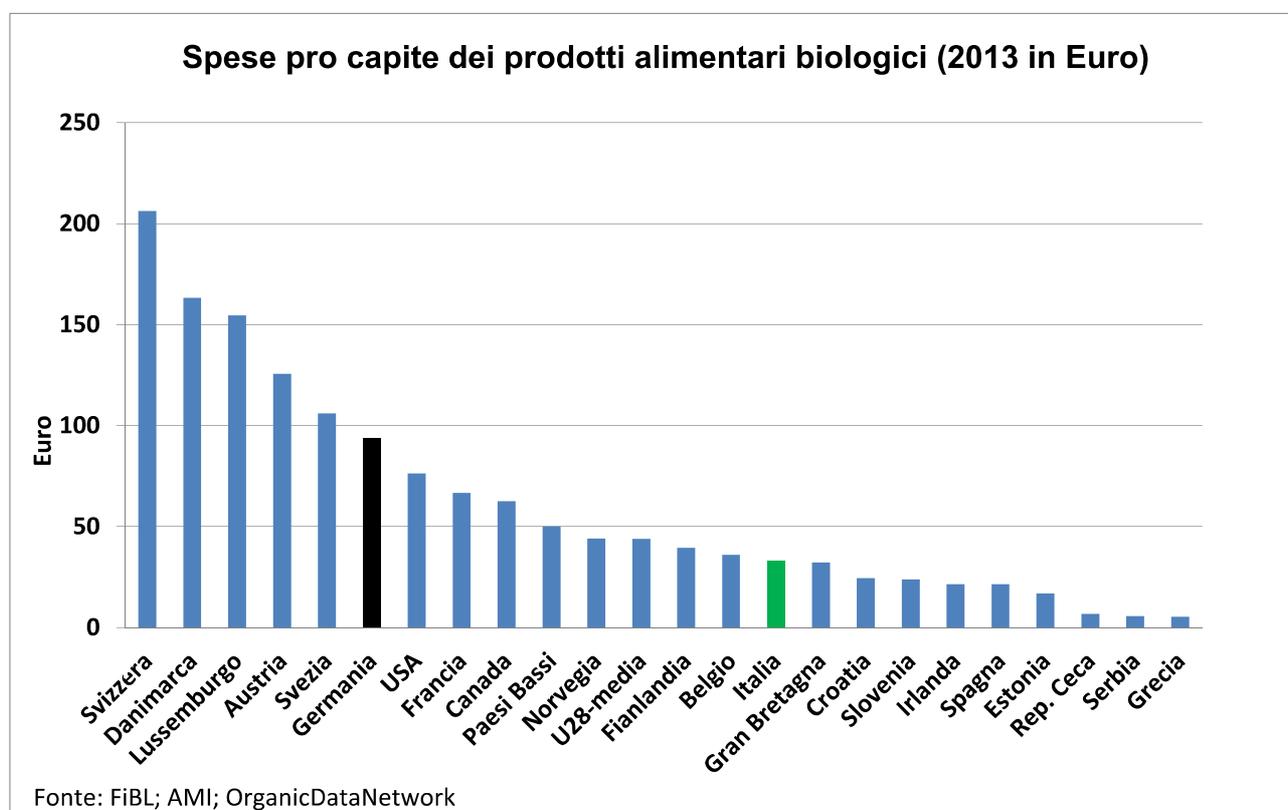
Nota Settoriale

# **Il mercato tedesco dei prodotti agroalimentari biologici**

Berlino, luglio 2015

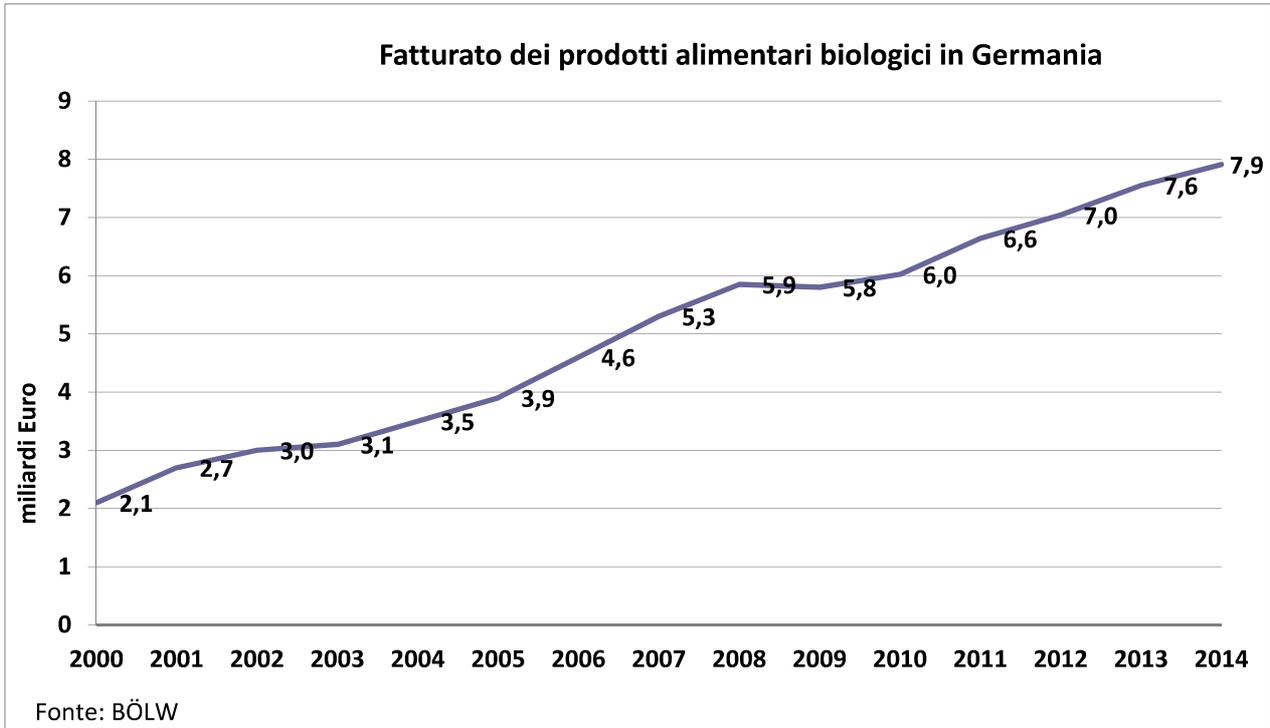
## 1. Dimensione del mercato tedesco.

La Germania, con oltre 80,5 milioni di abitanti, si colloca nella media europea per quanto riguarda la spesa pro capite per prodotti alimentari biologici. Nel 2013 (ultimi dati disponibili) ogni tedesco ha comprato alimentari di questo genere per € 93,60, molto di meno rispetto a uno svizzero (€ 206,20) o a un danese (€ 163,00), ma di più a paragone con un italiano (€ 33,00).

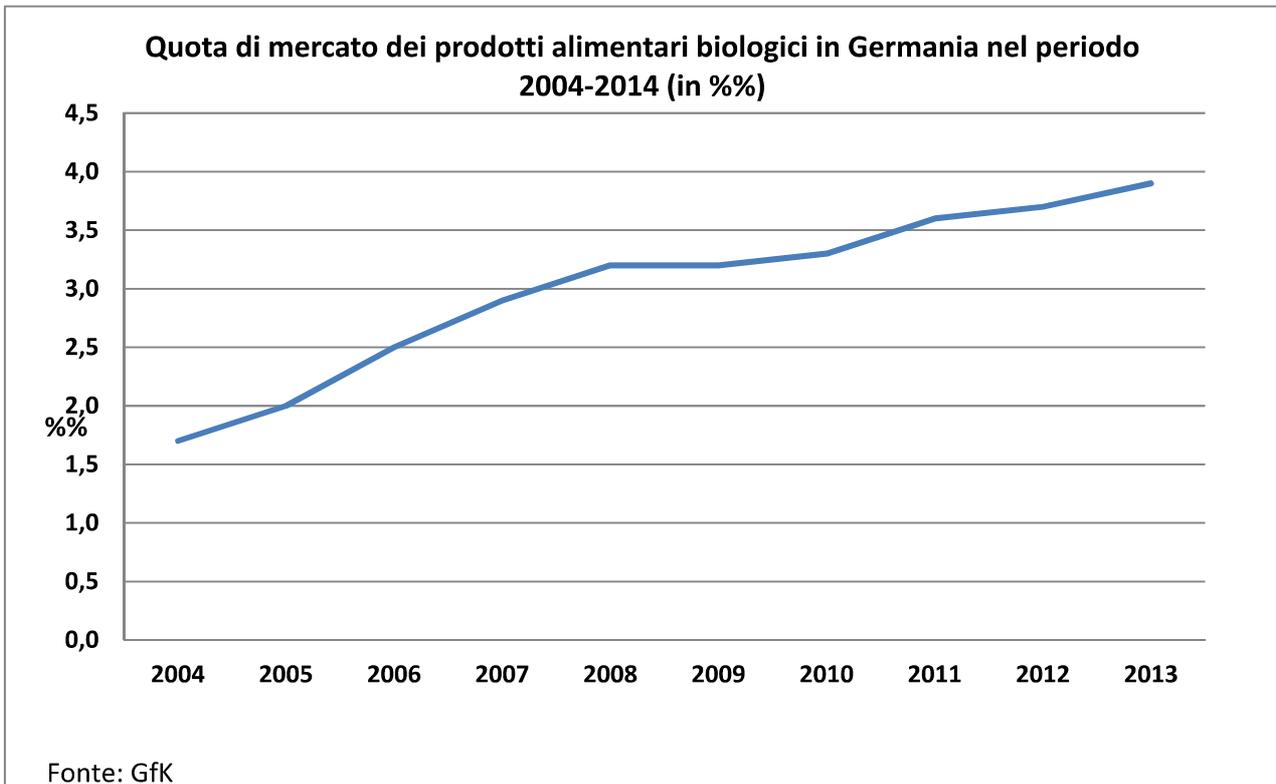


Grazie al numero di abitanti (80,5 milioni), il fatturato del settore agroalimentare biologico è il più elevato in Europa e ha superato nel 2014 il valore di 7,91 (+4,8% rispetto 2013) miliardi di Euro.

Dal 2000 si osserva un continuo l'aumento del fatturato dei prodotti biologici in Germania, con l'eccezione dell'anno 2009. La variazione tra il 2000 e il 2014 ammonta a + 276,7%.

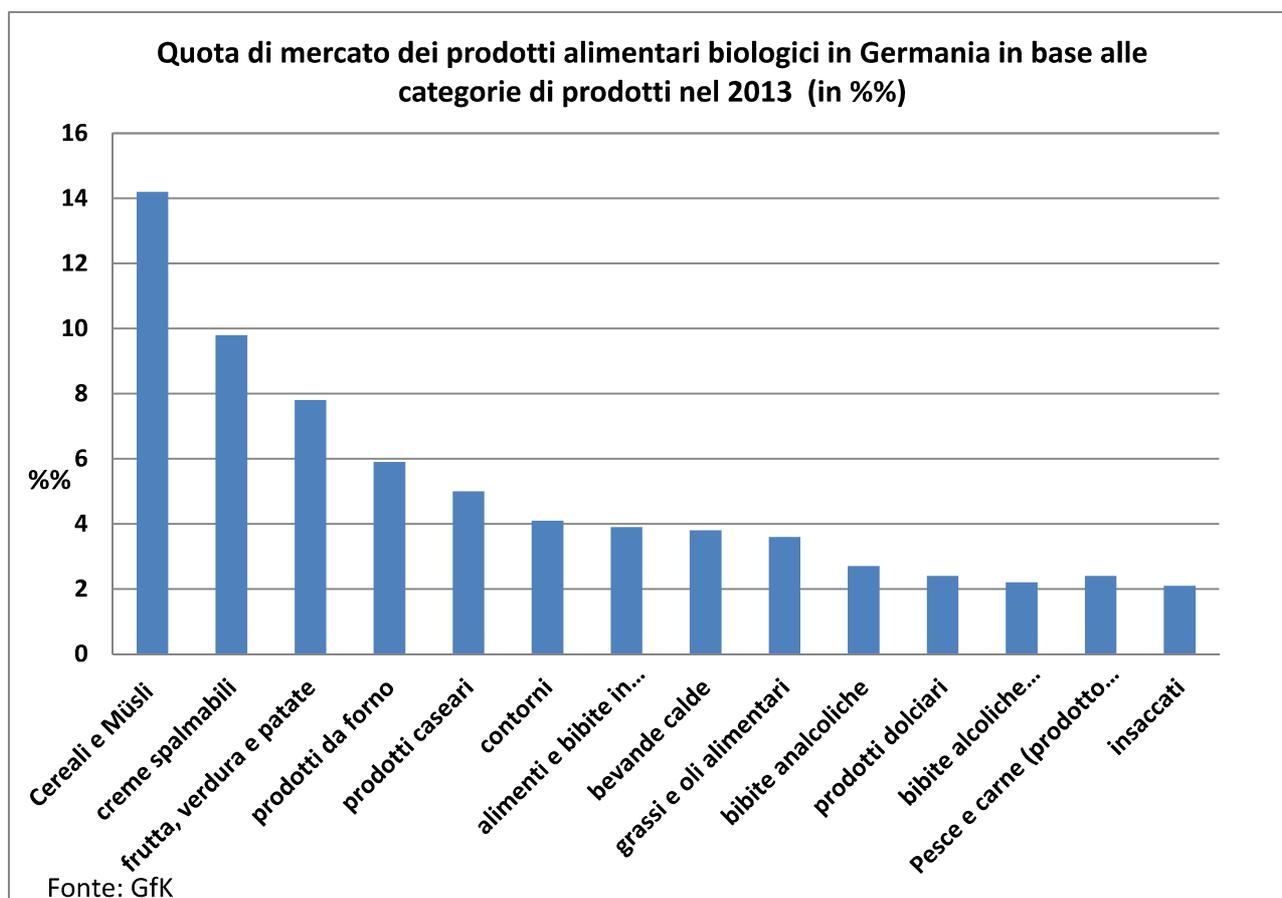


Nel 2013 gli acquisti di prodotti agroalimentari biologici hanno rappresentato il 3,8% della spesa totale del settore, evidenziando un trend crescente.

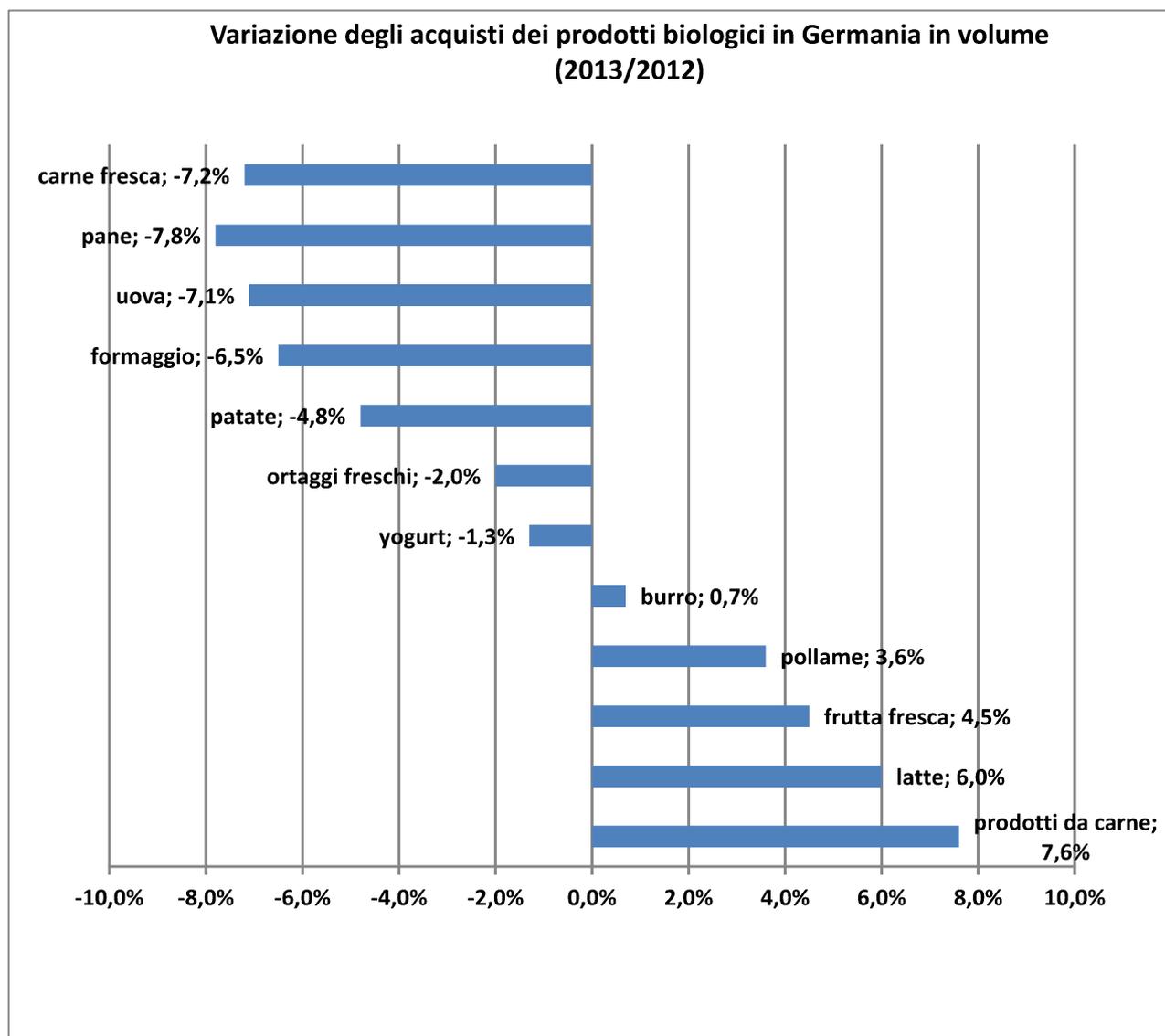


## 2. Quota per singoli prodotti.

I cereali e müsli sono i prodotti con la più elevata percentuale di biologico (14,2%) . Nel caso delle creme spalmabili la quota dei prodotto bio ammonta al 9,8%. Il 7,8% dei prodotti ortofrutticoli erano nel 2013 di provenienza biologica. Qui bisogna rilevare che la quota di alcune varietà è rilevante, p.e oltre il 40% delle carote vendute in Germania è bio.

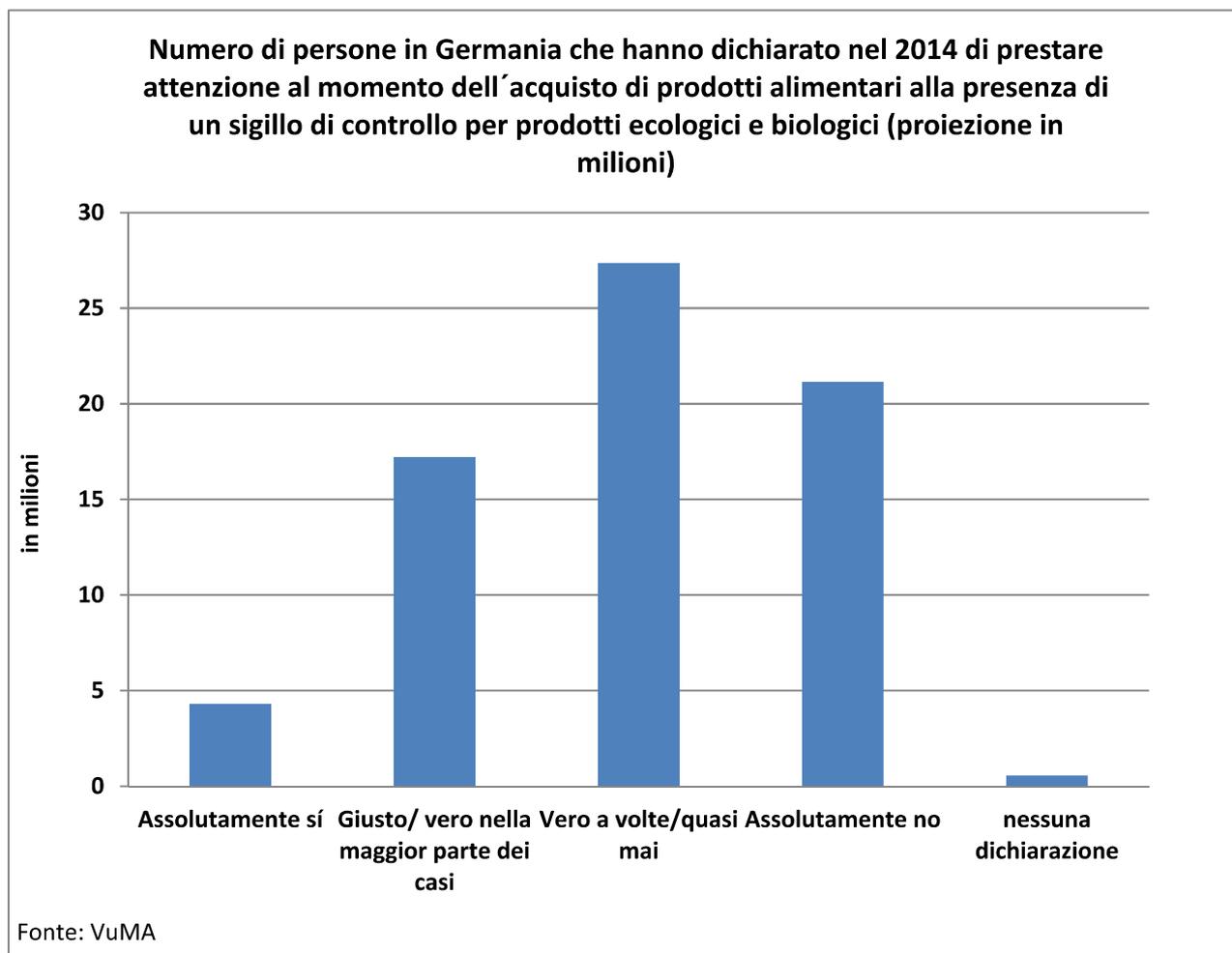


La propensione del consumatore tedesco all'acquisto di prodotti biologici è soggetta a forti fluttuazioni. Solo nel 2013, ad esempio, si è osservato un calo degli acquisti di carne fresca bio del 7,2%, del pane del 7,8%, delle uova del 7,1%. È al contrario aumentato il consumo di prodotti da carne (7,6%), latte (6,0%) e frutta fresca (4,5%).



### 3. Consumatore

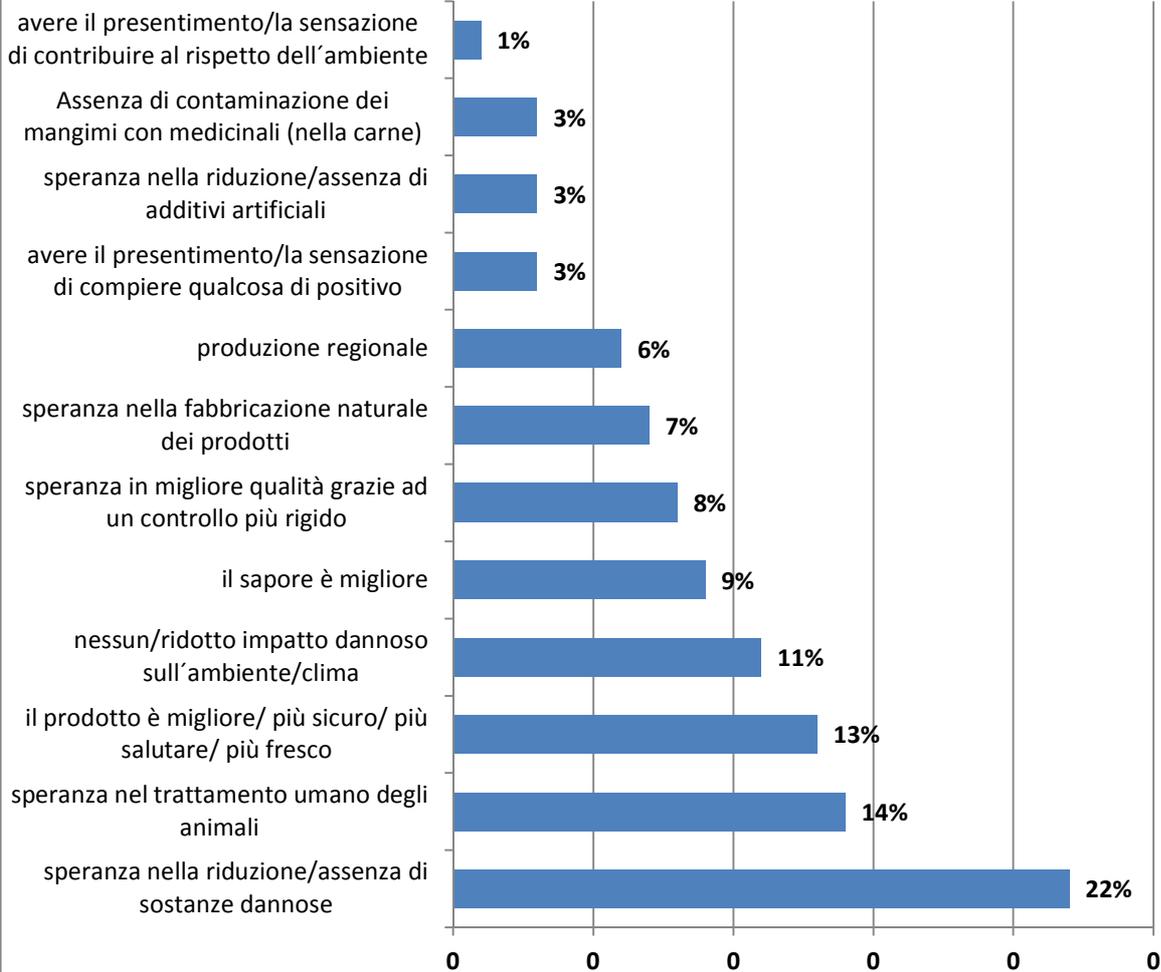
Secondo una proiezione elaborata in base a un sondaggio svolto nel 2014 dall'Istituto VuMA (23.093 persone intervistate) 4,3 milioni di tedeschi presta nel momento dell'acquisto sempre attenzione alla presenza del sigla bio sull'etichetta del prodotto. 17,1 milioni dichiara che lo fa nella maggior parte degli acquisti, 27,5 milioni lo fa a volte e per 21,2 milioni degli abitanti della Germania questa sigla non ha nessuna importanza..



Un altro sondaggio svolto dall'Istituto Forsa ha esaminato i motivi dell'acquisto dei prodotti biologici dai consumatori tedeschi. Il 22% delle 1.100 persone intervistate hanno dichiarato che il motivo principale è la speranza della riduzione o assenza di sostanze nocive. Un altro motivo importante (14%) è la speranza del trattamento umano degli animali. Il 13% degli intervistati ha dato come motivazione la convinzione che il prodotto è migliore/ più sicuro/ più salutare/ più fresco. Per l'11% è più importante che il prodotto biologico crea nessun ( o ridotto) impatto dannoso sull'ambiente/clima. Il 9% infine ha dichiarato che i prodotti bio hanno un sapore migliore.

**Sondaggio sui motivi alla base dell'acquisto di prodotti alimentari biologici in Germania nel 2013**

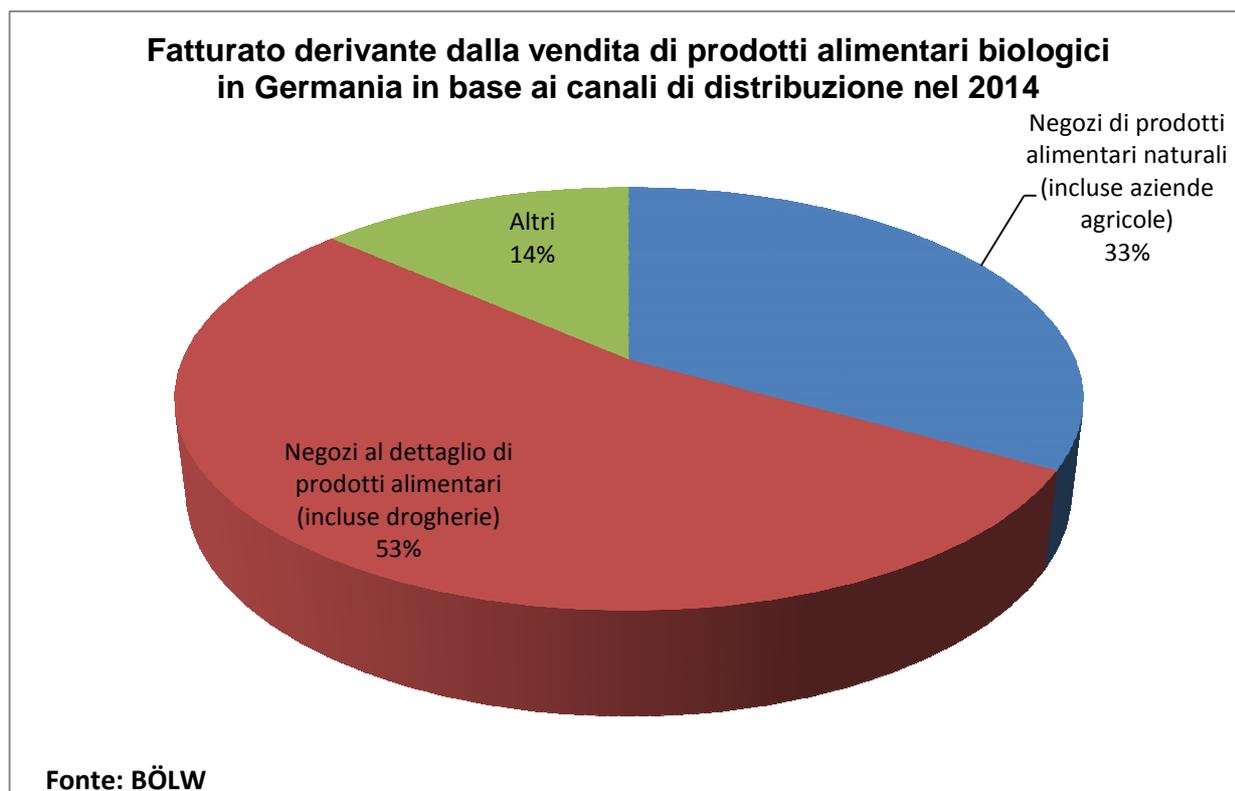
**Per quale motivo acquista prodotti alimentari biologici? ( in %%)**



Fonte: Forsa

#### 4. Distribuzione.

Parecchi anni fa i prodotti alimentari biologici erano di nicchia ed erano distribuiti esclusivamente tramite negozi specializzati. Oggi si può comprare il bio in pratica dappertutto. Anche la GDO tedesca, vedendo l'incremento della domanda, ha iniziato nel decennio passato a trattare il bio, diventandone il canale più importante.



## 5. Importazioni

La statistica del commercio estero non fa distinzione tra prodotti convenzionali e biologici e di conseguenza i dati ufficiali sull'importazione nel settore bio non sono disponibili. Tuttavia l'agenzia di ricerca di mercato di Bonn, AMI, ha svolto nel 2012 un censimento interpellando 2.000 operatori tedeschi del settore per rilevare la partecipazione dei prodotti bio importati sul mercato tedesco.

Ecco alcuni risultati:

La Germania ha importato il 32 % del latte alimentare e il 26% di burro biologico principalmente da Danimarca e Austria. Il formaggio pare abbia, secondo l'AMI, una percentuale altrettanto elevata di importazioni. Altri prodotti come lo yogurt e la panna, però, sono quasi al 100 % di provenienza tedesca.

I principali fornitori di cereali bio sono Italia, Russia, Kazakistan, Romania e Slovacchia. Per le colture proteiche (piselli, fagioli, lupini), la Lituania gioca il ruolo più importante.

Romania e Italia sono i principali fornitori per i semi oleosi, tra cui la soia. Le importazioni di patate biologiche provengono principalmente da Israele, Italia, Egitto e Austria. L'Olanda è il più importante fornitore di carote, cipolle e uova. La frutta e la verdura provengono principalmente da Spagna e Italia. Israele fornisce inoltre grandi quantità di peperoni e pomodori. Dall'Italia arriva anche un buon terzo delle mele biologiche vendute in Germania. Le banane vengono principalmente da Repubblica Dominicana, Ecuador e Costa Rica.

## **SIGLA EDITORIALE**

### **ICE-Italian Trade Agency**

Ufficio di Berlino

Schlüterstr. 39

DE-10629 Berlin

Tel.: 0049/30/884403-0

Fax: 0049/30/884403-10

berlino@ice.it

[www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it)

Indagine realizzata da dr. Andreas Kruszyn