

# Biologico: keyword del consumatore e claim in Italia

Il mercato biologico è in forte espansione. Secondo le stime Ismea, nel 2015, i consumi a livello nazionale, food e non food, sono stati di oltre 2,4 miliardi di euro. Proiettando i dati Ismea è possibile stimare il mercato biologico non alimentare nella GDO a 296 milioni di euro nel 2015 con quasi sei punti percentuali di allocazione delle vendite nel canale farmacia ed erboristeria. Con riferimento al mercato cosmetico, il biologico segue un trend del tutto analogo al mercato bio generale (alimentare e non), come è dimostrato dall'interesse dei naviganti del web nei confronti dei prodotti cosmetici a connotazione biologica, secondo le analisi di Google Trend.

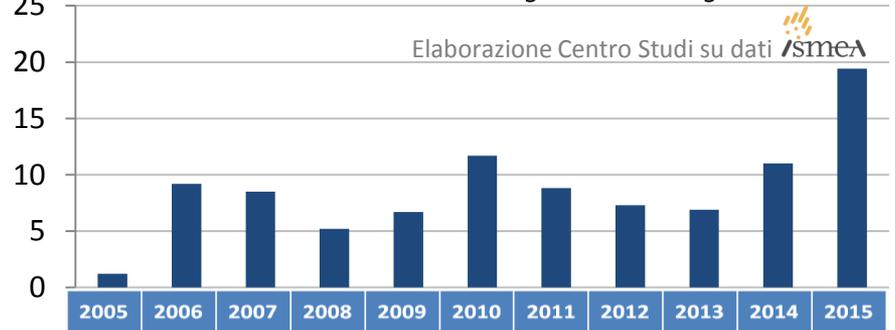
## Evoluzione dell'interesse di ricerca del termine **Biologico** nel motore di ricerca Google

(Ricerca declinata alla categoria Bellezza nel periodo 2005 - 2015)



## Variazione % di anno su anno dei consumi di Biologico\* in valore nella GDO

\*Consumi relativi a tutte le categorie merceologiche



Infatti nel corso degli anni, tra le parole chiave del comparto cosmetico, hanno assunto un ruolo sempre più importante i riferimenti al mondo del naturale, e con essi il biologico.

Si ha quindi, sia dal lato offerta che dal lato domanda, un interesse generale al naturale, compreso il mondo bio.

Importanza prevista dagli operatori circa le parole-chiave dei prossimi anni



Emerge anche da parte degli operatori del mercato cosmetico, intervistati dal Centro Studi, un'importanza sempre più marcata nei prossimi anni del **green**, tra cui **naturale**, **biologico** e **sostenibilità**. Anche l'analisi svolta con il database GNPD di **Mintel** avvalorava questo fenomeno. A livello di lanci di prodotti cosmetici, si assiste a un ciclico ma progressivo aumento di prodotti messi sul mercato con attenzioni sempre più dedicate alle categorie **shampoo**, **saponi liquidi**, **deodoranti** e **fragranze donna**. Nella tabella che segue, in grassetto, i pesi % di categoria più dinamici.

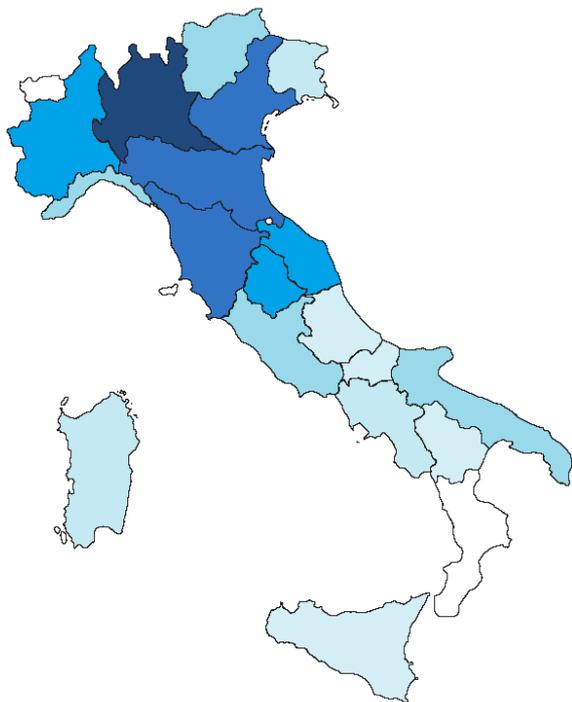
## Lanci di prodotti cosmetici con claim *Biologico* in Italia



### Peso % delle categorie di prodotto negli anni

Categoria	2010	2011	2012	2013	2014	2015
cura del corpo	19%	18%	<b>28%</b>	18%	18%	18%
prodotti da doccia	12%	<b>22%</b>	19%	20%	17%	15%
cura del viso e del collo	<b>22%</b>	15%	13%	13%	9%	12%
shampoo	9%	6%	7%	<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>11%</b>
saponette	1%	1%	1%	3%	<b>8%</b>	7%
sapone liquido	2%	2%	-	1%	3%	<b>6%</b>
trattamenti per i capelli	6%	3%	<b>5%</b>	4%	4%	4%
deodoranti	2%	<b>4%</b>	1%	<b>4%</b>	3%	<b>4%</b>
fragranze donna	2%	0%	-	3%	1%	<b>4%</b>
altro	25%	<b>30%</b>	25%	25%	26%	21%

## Concentrazione regionale delle aziende produttrici di prodotti cosmetici biologici



Attraverso la banca dati Biobank si è ulteriormente entrati nel dettaglio, analizzando, nel nostro territorio, la distribuzione delle aziende produttrici anche di prodotti cosmetici biologici.

Si nota come nell'area centro-settentrionale dell'Italia ci sia la concentrazione maggiore di questa tipologia di aziende.

Le prime quattro regioni, raggruppano il 63% delle aziende produttrici di cosmetici biologici, la sola Lombardia ne detiene il 24%, seguono Emilia-Romagna (15%), Toscana (13%) e Veneto (12%).

Le province di Milano, Bologna e Torino, detengono la maggiore concentrazione di aziende in campo bio.

### Concentrazione %

