

Gennaio 2017

# RAPPORTO VEGAN ITALIA OSSERVATORIO VEGANOK



**IL CONTESTO**

**IL MERCATO VEGAN**

**I VEGAN**

**NON SOLO VEGAN**





**-1,0%**

CONSUMI ALIMENTARI

**NEI PRIMI 10 MESI DEL 2016 LA SPESA DELLE  
FAMIGLIE PER GLI ACQUISTI AGROALIMENTARI  
REGISTRA UNA ULTERIORE LIEVE FLESSIONE**

FORNITORE DATI: ISMEA, 2016  
DATI A VALORE PRIMI 10 MESI 2016 RISPETTO RISPETTO A PARI PERIODO 2015





**-5,8%**

CONSUMI CARNE

**PESSIME PERFORMANCE PER I CONSUMI CARNEI,  
CON PARTICOLARI FLESSIONI NEL COMPARTO CARNI  
SUINE E CARNI ROSSE**

FONTE DATI: ISMEA, 2016  
DATI A A VALORE PRIMI 10 MESI 2016 RISPETTO RISPETTO A PARI PERIODO 2015





**-5,3%**

CONSUMI SALUMI

**I PRIMI 10 MESI DEL 2016 HANNO SEGNO NEGATIVO ANCHE PER NEL MERCATO AFFETTATI E SALUMI, CHE SPINGE LO SVILUPPO DI REFERENZE LIGHT E A BASE DI CARNI BIANCHE**

FORTE DATI: ISMEA, 2016  
DATI A A VALORE PRIMI 10 MESI 2016 RISPETTO RISPETTO A PARI PERIODO 2015





**-3,2%**

CONSUMI LATTE E DERIVATI

**NEI PRIMI 10 MESI DEL 2016 SONO IN NEGATIVO ANCHE SUI PRODOTTI CASEARI, AD ECCEZIONE DEI FORMAGGI DOP, IL CUI ANDAMENTO SEGUE QUELLO DEL MERCATO DOP E IGP**

FONTE DATI: ISMEA, 2016  
DATI A A VALORE PRIMI 10 MESI 2016 RISPETTO RISPETTO A PARI PERIODO 2015



**NONOSTANTE LE PERFORMANCE NEGATIVE DEL COMPARTO INTESO IN SENSO GENERALE, SOBRIETÀ NEGLI ACQUISTI, ATTENZIONE AGLI SPRECHI E GENERALE CONTRAZIONE DEL CARRELLO, IL MERCATO REGISTRA UNA FORTE CRESCITA DI ALCUNE CATEGORIE DI PRODOTTI, CAPACI DI SODDISFARE ESIGENZE NON SOLO RAZIONALI, MA ANCHE EMOTIVE.**

**INTERESSANTE SOTTOLINEARE CHE QUESTO FENOMENO SPESSO NON RIGUARDA I BRAND LEADER, MA PRODUTTORI DI NICCHIA.**





**+33,0%**

CONSUMI ALIMENTARI SENZA GLUTINE

**IL MERCATO REGISTRA UNA FORTE CRESCITA DI ALCUNE CATEGORIE DI PRODOTTI, CON VARIAZIONI POSITIVE DOUBLE DIGIT PER I PRODOTTI FREE FROM, TRA CUI SPICCANO LE PERFORMANCE DEI PRODOTTI SENZA GLUTINE**

FONTE DATI: ISMEA E IRI 2016; ELABORAZIONE MIA SOLUTION  
DATI A VALORE PRIMI 10 MESI 2016 RISPETTO PARI PERIODO 2015





**+20%**

CONSUMI DI ALIMENTI BIO

**PER IL QUINTO ANNO DI SEGUITO, CRESCITA ATTORNO AL 20% DELLE REFERENZE BIO CERTIFICATE. UNA PREFERENZA DEL CONSUMATORE CHE SI ESTENDE, VELOCEMENTE, ANCHE AL COMPARTO NON FOOD.**

FONTE DATI: ISMEA E IRI 2016; ELABORAZIONE MIA SOLUTION  
DATI A A VALORE PRIMI 10 MESI 2016 RISPETTO PARI PERIODO 2015





**+16,6 %**

CONSUMI PRODOTTI PREMIUM

**CRESCONO SENSIBILMENTE ANCHE I PRODOTTI PREMIUM, DOVE TALE DENOMINAZIONE VIENE ASSOCIATA ALLA FASCIA ALTA DELL'ASSORTIMENTO, CON UN PREZZO SUPERIORE ALMENO DEL 20% RISPETTO ALLA MEDIA DELLA CATEGORIA**



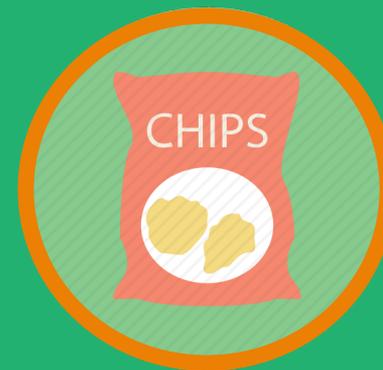
**+14,3%**

CONSUMI SENZA LATTOSIO

**GRANDE CRESCITA ANCHE DEI PRODOTTI SENZA LATTOSIO, ANCHE GRAZIE ALLO SVILUPPO SI EXTENTIONS LINES DI NOTEVOLE PROFONDITA'.**

**NEL CARRELLO PESANTE CHE NON SENTE LA CRISI, CRESCONO A VOLUMI E A VALORI I PRODOTTI ADATTI ALL'ALIMENTAZIONE VEGANA. ASSORTIMENTO FINO A QUALCHE ANNO FA CONCENTRATO SUI PRODOTTI SOSTITUTIVI DELLA CARNE, OGGI HA SUBITO UNA NOTEVOLE ESPANSIONE ASSORTIMENTALE, PER PROFONDITA' E AMPIEZZA. PARTICOLARMENTE PERFORMANTI ALCUNE CATEGORIE TRA LE QUALI LATTI VEGETALI, ZUPPE, PIATTI PRONTI, CONDIMENTI, SALSE E SOSTITUTI DEI SECONDI PIATTI, OGGI PRESENTI ANCHE IN GDO, PER QUANTO CANALE STORICAMENTE ELETTIVO RIMANGA QUELLO SPECIALIZZATO.**





## DIREZIONI DI ESPANSIONE DELL'ASSORTIMENTO: BIOLOGICO    SALUTISTICO    SNACK

**353**

AZIENDE ALIMENTARI  
CERTIFICATE VEGANOK

**10.000**

REFERENZE CERTIFICATE  
VEGANOK

FONTE DATI: OSSERVATORIO VEGANOK, 2017





**+37%**

ZUPPE

**L'ESPANSIONE DEI CONSUMI DI PRODOTTI VEGAN  
E' GERALIZZATA. ALCUNE CATEGORIE HANNO  
AVUTO PERFORMANCE ECCEZIONALI**



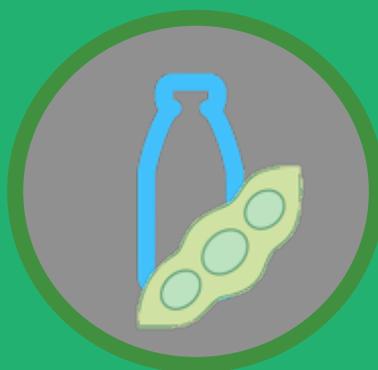
**+27,1%**

SOSTITUTI DELLA CARNE

**AUMENTA CONSIDEREVOLMENTE IL SELL OUT DEI PRODOTTI SOSTITUTIVI DEI SECONDI PIATTI CARNEI, CON UN INCREMENTO NOTEVOLE DI REFERENZE SUL MERCATO.**

FONTE DATI: MIA SOLUTION 2016





**+19%**

LATTI VEGETALII

**LA CRESCITA COINVOLGE ANCHE LA CATEGORIA  
DEI LATTI VEGETALI, CHE SI ARRICCHISCONO DI  
NUOVE REFERENZE ALTERNATIVE AI CLASSICI  
LATTI DI SOIA E RISO**

FONTE DATI: MIA SOLUTION 2016



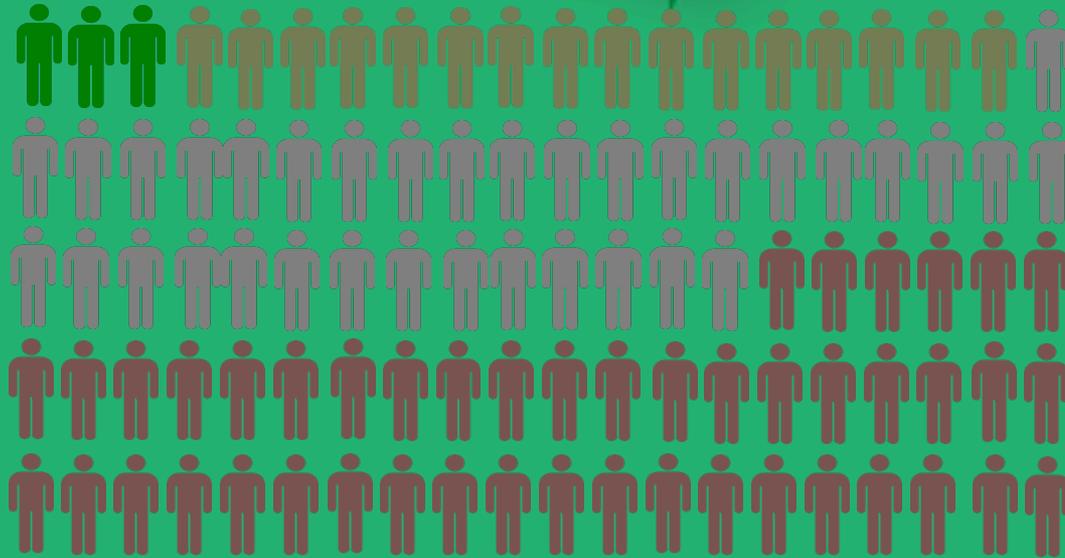
2,6%

**IL 2,6% DELLA POPOLAZIONE NAZIONALE SI DICHIARA VEGANA**



**59%** DONNE

**41%** UOMINI



VEGANI



NELL'ULTIMO ANNO HA  
ACQUISTATO PERIODICAMENTE  
P R O D O T T I V E G A N I



SEGUONO UN REGIME  
ALIMENTARE VEGETARIANO O  
M A C R O B I O T I C O



ONNIVORI

FORTE DATI: OSSERVATORIO VEGANOK, 2017





PER ULTERIORI INFORMAZIONI E RAPPORTO COMPLETO O AGGIORNAMENTI:  
INFO@VEGANOK.COM  
WWW.OSSERVATORIOVEGANOK.COM