

# ITA.BIO

## LA PRIMA PIATTAFORMA DEL BIO ITALIANO NEL MONDO

promossa da ICE e FederBio e a cura di Nomisma

**BIO MADE IN ITALY TOP DELLA QUALITÀ PER QUASI UN TERZO DEI CONSUMATORI NEGLI USA  
VINO IL PRODOTTO DI PUNTA  
MA IL 43% RISCHIA DI ACQUISTARE PRODOTTI CHE RICHIAMANO ERRONEAMENTE IL MADE IN ITALY**

**É quanto emerge dall'analisi di Nomisma per la Piattaforma ITA.BIO ([www.ita.bio](http://www.ita.bio)) nel primo focus dedicato agli Stati Uniti. Il 29 gennaio 2021 il focus Cina.**

### COMUNICATO STAMPA

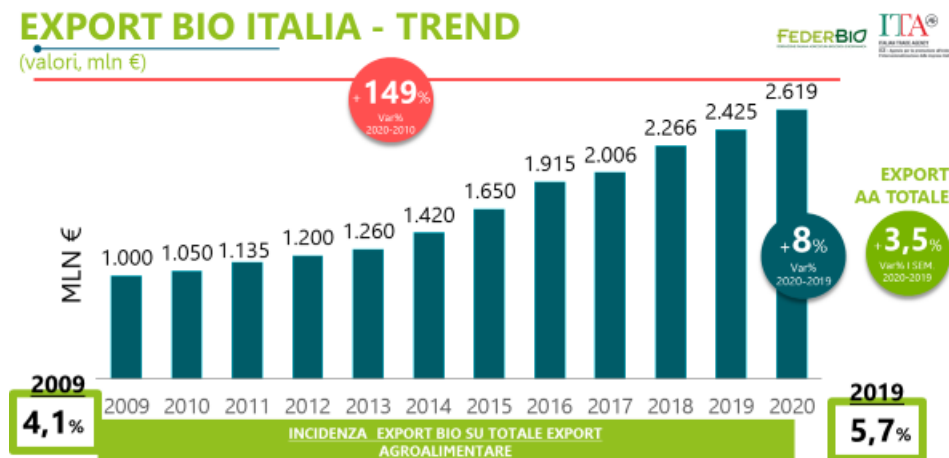
Bologna, 10 dicembre 2020 – Secondo partner commerciale per l'Italia nel Food & Beverage e primo al mondo per import agroalimentare e per il consumo di prodotti BIO, gli Stati Uniti rappresentano uno dei mercati più promettenti per il nostro Made in Italy. Lo pensa anche il 26% delle imprese bio intervistate da Nomisma per ICE e Federbio. I risultati dell'indagine sulle aziende assieme a quelli di una survey sul consumatore statunitense, sono stati presentati ieri, in occasione del lancio del progetto ITA.BIO, la prima piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy.

### IL RUOLO DELL'EXPORT NEL BIO MADE IN ITALY

Più che positiva, nonché superiore a quella registrata dall'export agroalimentare nel suo complesso, la performance dell'export bio: nel 2020 le vendite di prodotti agroalimentari italiani bio sui mercati internazionali hanno raggiunto 2,6 miliardi di euro, mettendo a segno una crescita dell'8% rispetto all'anno precedente – crescita più accelerata rispetto all'export agroalimentare nel complesso (+4% registrata dall'export). Riconoscimento del bio Made in Italy sui mercati internazionali testimoniato anche della crescita di lungo periodo (+149% rispetto al 2009) e dalla quota di export sul paniere Made in Italy (6% sull'export agroalimentare italiano totale).

### EXPORT BIO ITALIA - TREND

(valori, mln €)



Fonte: Nomisma per ICE-Agenzia – Piattaforma ITA.BIO

**ITA.BIO** / [www.ita.bio](http://www.ita.bio)

*Nomisma*

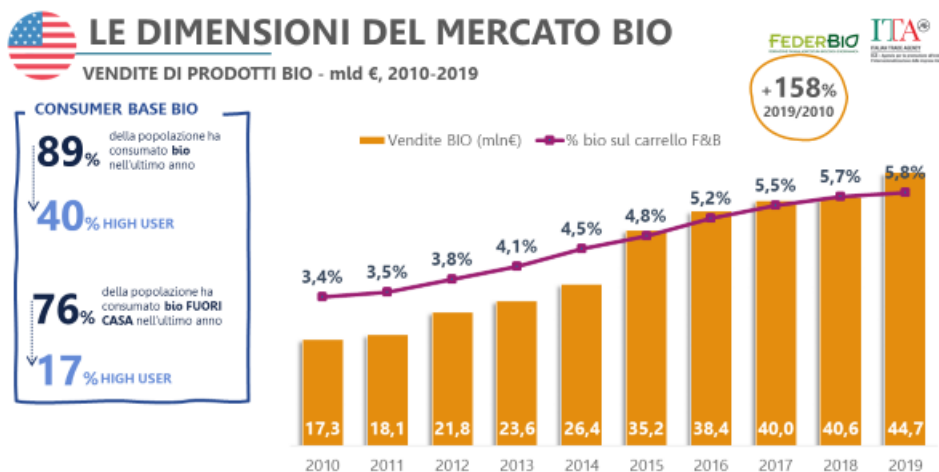
Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO – [www.ita.bio](http://www.ita.bio) – ICE Agenzia e FederBio

## I NUMERI CHIAVE DEL BIO IN USA

Con 4,6 mld € di esportazioni F&B italiane nel 2019 (+11% rispetto al 2018) gli Stati Uniti rappresentano il secondo mercato di destinazione del nostro agroalimentare.

Forte l'interesse verso il bio: ne sono conferma i numeri del settore, tutti in crescita: 2 milioni di ettari coltivati secondo il metodo biologico nel 2018 (+14% rispetto al 2010) e 18.166 operatori nel comparto (+38% dal 2010 al 2018). Con un valore di quasi 45 miliardi di euro nel 2019 (+4,6% rispetto al 2018 e +158% sul 2010 – fonte: Organic Trade Agency – con una quota di vendite bio sul totale della spesa alimentare che sfiora il 6%), gli Stati Uniti rappresentano il primo mercato al consumo per prodotti alimentari BIO (oltre il 40% delle vendite mondiali nel 2018).

Alla base della crescita il maggior assortimento di prodotti a marchio bio nella grande distribuzione (5,8% l'incidenza del bio sul totale del carrello nel 2019, era solo 3,4% nel 2010), ma anche l'ampia consumer base, un diffuso interesse per il cibo salutare (65% dei consumatori scelgono avendo cura degli impatti del cibo sulla salute – survey Nomisma) e per la salvaguardia dell'ambiente (il 25% dei consumatori la pandemia ha aumentare la consapevolezza dell'importanza di acquistare cibo rispettoso dell'ambiente – survey Nomisma).



**ITA.BIO** / [www.ita.bio](http://www.ita.bio)

Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO – [www.ita.bio](http://www.ita.bio) – ICE Agenzia e FederBio

## IL CONSUMATORE BIO IN USA<sup>1</sup>

I dati della consumer survey di Nomisma rilevano una profonda diffusione del bio in USA: quasi 9 famiglie su 10 (89%) hanno consumato un prodotto alimentare o una bevanda a marchio biologico nel corso del 2020, questa quota era dell'82% nel 2016. Tra gli altri fattori che danno degli Stati Uniti un mercato ad alto potenziale per il bio ci sono da un lato la quota di heavy user (40% sul totale) e il forte interesse per il bio che non si ferma al consumo domestico: il 76% dei consumatori riferisce di aver consumato un prodotto bio anche nel canale away from home.

Sicurezza alimentare (espressa da un terzo degli organic user), qualità superiore (un ulteriore 25% ritrova principalmente questo tipo di garanzia) e attenzione per l'ambiente (22% complessivamente) sono le principali motivazioni dei consumatori americani alla base della scelta di prodotti biologici.

Garanzie che diventano ancora più importanti in questo periodo di crisi sanitaria, tanto che il 10% degli americani dichiara che il marchio bio è diventato un criterio più importante nella spesa alimentare rispetto al passato. Durante il 2020 il 6% ha iniziato ad acquistare bio per la prima volta mentre il 36% di chi era già users, ne ha incrementato la spesa.

<sup>1</sup> La survey ha coinvolto un campione di 1.000 (500 NY, 500 Los Angeles & San Francisco) responsabili acquisti alimentari della famiglia dai 18 ai 65 anni. Il questionario, semi-strutturato a risposta chiusa, è stato somministrato con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing).

## TREND SPESA BIO POST-COVID /2

HA RIDOTTO LA SPESA IN BIO NEL 2020

**18%**

SOPRATTUTTO PERCHÉ...  
PRIMA RISPOSTA (TOP 5 MOTIVI)

- 36%** Spendo di meno per i prodotti alimentari in generale
- 27%** Preferisco acquistare prodotti meno costosi
- 13%** Non trovo i prodotti BIO che voglio in offerta
- 9%** Trovo già le garanzie del bio nei prodotti Made in USA/locali
- 8%** Al bio preferisco altre caratteristiche

% calcolate su chi ha RIDOTTO la spesa in prodotti BIO

HA AUMENTATO LA SPESA IN BIO NEL 2020

**42%**

SOPRATTUTTO PERCHÉ...  
PRIMA RISPOSTA (TOP 5 MOTIVI)

- 21%** Mi dà più sicurezza rispetto ai convenzionali
- 20%** Faccio scelte più consapevoli
- 12%** Più attenzione all'ambiente/benessere animale
- 11%** Più attenzione alla dieta a causa di disturbi/malattie
- 10%** Rispetto del ciclo naturale (meno pesticidi/fertilizzanti)

% calcolate su chi ha AUMENTATO la spesa in prodotti BIO

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia - USA Consumer survey

**ITA.BIO** / [www.ita.bio](http://www.ita.bio)

Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO - [www.ita.bio](http://www.ita.bio) - ICE Agenzia e FederBio

### IL MADE IN ITALY BIO PER IL CONSUMATORE USA

I consumatori statunitensi mettono l'Italia al primo posto nella classifica "origine di qualità", sia relativamente ai prodotti alimentari in generale (28% indica "Italia" quando pensa alle eccellenze del FOOD & BEVERAGE) che per quelli a marchio bio (26%).

Il 71% degli statunitensi percepisce una qualità superiore del prodotto bio tricolore rispetto a quello di altri Paesi, tanto che più di 8 su 10 sono disposti a pagare un prezzo più alto per avere la garanzia del Made in Italy nel bio.

Un quarto di consumatori dichiara di aver acquistato almeno una volta cibo o bevande italiane a marchio bio, anche se solo poco più della metà (57%) controlla effettivamente in etichetta le informazioni relative alla provenienza degli ingredienti e al luogo di produzione.

Ma quali sono i prodotti più promettenti per il bio Made in Italy?

Vino, olio extra-vergine e pasta sono le categorie di prodotto per cui i consumatori statunitensi cercano le garanzie di qualità offerte dal marchio bio e quelle su cui l'italianità è un fattore distintivo.

Nessun ostacolo per il binomio bio e Made in Italy neanche per il futuro: il 65% si dice interessato all'acquisto di un prodotto italiano a marchio bio se disponibile presso i canali abituali. Due su tre degli attuali non users, infatti, non ha ancora mai provato il nostro bio perché non lo trova in assortimento e il 21% non ne conosce ancora le caratteristiche distintive.

## NON USER BIO MADE IN ITALY 76%<sup>SU POP</sup>

### MOTIVI DEL MANCATO ACQUISTO

PER QUALI MOTIVI NON HA ACQUISTATO PRODOTTI BIOLOGICI MADE IN ITALY NEGLI ULTIMI 12 MESI?

% calcolate su chi NON consuma bio Made in Italy

- 66%** NON LI TROVO nei negozi abituali
- 21%** NON ne CONOSCO le caratteristiche distintive
- 13%** I prodotti BIO italiani COSTANO troppo

1. Prezzo basso **45%** + Presenza di una promozione/sconto **14%**
2. Marca del produttore preferita/nota **23%** + Marca del supermercato **2%**
3. Etichetta del prodotto, colori, informazioni presenti **9%** + caratteristiche del materiale con cui è fatto il pack **4%**

Fonte: Progetto ITA.BIO Nomisma per ICE-Agenzia - USA Consumer survey

**ITA.BIO** / [www.ita.bio](http://www.ita.bio)

Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO - [www.ita.bio](http://www.ita.bio) - ICE Agenzia e FederBio

### INTERESSE POTENZIALE

SE DALLA PROSSIMA SETTIMANA TROVASSE, PRESSO I NEGOZI CHE FREQUENTA ABITUALMENTE, UN NUOVO PRODOTTO ALIMENTARE BIO MADE IN ITALY, SAREBBE INTERESSATO AD ACQUISTARLO?

**65% SÌ!**

**6% NO**

**29% FORSE**

### INCENTIVO PER GLI INCERTI

QUALI FATTORI LA CONVINCEREBBERO AD ACQUISTARE UN NUOVO PRODOTTO ALIMENTARE BIOLOGICO MADE IN ITALY?

% calcolate su chi consuma bio

## LA PIATTAFORMA ITA.BIO

*“La collaborazione fra ICE e FederBio – dichiara Paolo Carnemolla, Segretario Generale di **FederBio** - ha l’obiettivo di costituire una piattaforma di supporto alle imprese biologiche italiane che vogliono rafforzare o avviare la loro presenza sui mercati esteri, a cominciare da quello USA che è certamente il più importante a livello globale. Attraverso il lavoro di analisi dei mercati svolto in collaborazione con Nomisma e grazie al sistema ICE e a un desk dedicato attivato da FederBio – continua Carnemolla - intendiamo fornire alle imprese del settore informazioni e contatti utili per orientare le loro strategie commerciali e dare un supporto fattivo per accompagnarle sui mercati. In tal senso è particolarmente importante anche la collaborazione di SANA, la fiera specializzata del settore in Italia, i cui accordi con piattaforme e-commerce e con sistemi fieristici all’etero integrano e potenziano le opportunità offerte dalla piattaforma ITABio.”*

*“In questo inimmaginabile 2020 – ha sottolineato José Rallo, Consigliere d’Amministrazione dell’**Agenzia ICE** - abbiamo assistito ad una accelerazione del processo di digitalizzazione dell’economia e alla crescente attenzione alla salute e alla sostenibilità, con il conseguente orientamento verso scelte alimentari sempre più biologiche. Due trend che rappresentano al tempo stesso un’opportunità e una grande sfida per il settore agroalimentare, visto anche il contributo che può dare in termini di sostenibilità ambientale. L’ICE quest’anno ha rafforzato significativamente il proprio supporto alla transizione digitale delle imprese, già avviata negli anni passati, attraverso accordi per l’e-commerce, fiere virtuali, blockchain per la tutela del Made in Italy e formazione di digital export manager. La Piattaforma Ita.Bio si inserisce quindi a pieno titolo in questa nuova realtà delle abitudini di consumo e dell’economia digitale. Uno strumento volto a favorire l’export del biologico Made in Italy attraverso l’analisi dei mercati, la condivisione dei dati, la creazione di una vetrina di prodotti ad alta vocazione per l’export cui si aggiunge, a supporto degli operatori, la creazione di un Desk FederBio-ICE presso gli Uffici dell’Agroalimentare di ICE Roma”.*

*“Lo scenario pandemico ha rappresentato un fattore di radicale impatto su stili di vita, valori, comportamenti di acquisto: il monitoraggio dei mercati internazionali diventa uno strumento indispensabile per affiancare le imprese del bio Made in Italy nel percorso di internazionalizzazione - dichiara Silvia Zucconi Responsabile Market Intelligence **Nomisma** – in questo contesto Nomisma ha un ruolo ambizioso: alimentare la piattaforma ITA.BIO con insight per supportare la promozione del BIO Made in Italy all’estero, per aiutare le imprese nel cogliere il potenziale di domanda, per individuare soluzioni, sinergie e networking utili nel processo di internazionalizzazione delle PMI italiane”*