

ITA.BIO

LA PRIMA PIATTAFORMA DEL BIO ITALIANO NEL MONDO
promossa da ICE Agenzia e FederBio e a cura di Nomisma

BIO/CANADA 1 CONSUMATORE SU 2 RICONOSCE QUALITÀ SUPERIORE AL BIOLOGICO MADE IN ITALY
25% HA CONSUMATO BIO ITALIANO, GLI ALTRI NON ACQUISTANO PERCHÈ NON TROVANO I NOSTRI
PRODOTTI NEI PUNTI VENDITA ABITUALI

É quanto emerge dall'analisi di Nomisma per la Piattaforma ITA.BIO (www.ita.bio) nel terzo forum dedicato al Canada. Il 9 febbraio 2022 il focus Emirati Arabi.

COMUNICATO STAMPA

Bologna, 2 dicembre 2021 – Sesto mercato al mondo per il consumo di prodotti BIO con un incremento del +83% negli ultimi 10 anni, il Canada è uno dei mercati più promettenti per il nostro bio Made in Italy – come confermato anche dal 20% delle imprese italiane intervistate da Nomisma. Presentati ieri i risultati dell'indagine sulle aziende, assieme a quelli di una survey sul consumatore canadese, in occasione del terzo forum ITA.BIO, la piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy curata da Nomisma e promossa da ICE Agenzia e FederBio.

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 2021 le vendite di prodotti agroalimentari italiani bio sui mercati internazionali hanno sfiorato i 3 miliardi di euro, mettendo a segno una crescita del +11% (anno terminante luglio 2021) rispetto all'anno precedente, in linea rispetto all'export agroalimentare nel complesso (+10% gen-lug 2021/20). Riconoscimento del bio Made in Italy sui mercati internazionali testimoniato anche della crescita di lungo periodo (+156% rispetto al 2009) e dalla quota di export sul paniere Made in Italy (6% sull'export agroalimentare italiano totale).

DIMENSIONI DEL MERCATO BIO

(VENDITE 2021, ANNO TERMINANTE LUGLIO)

4.573 mln € **Vendite BIO in Italia** 39%
Export su totale
mercato bio

2.907 mln € **Export BIO Made in Italy**

DOP/IGP 3.800 mln €

VINO 6.200 mln €

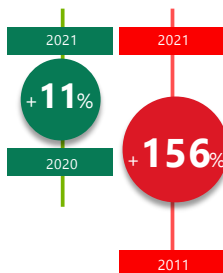
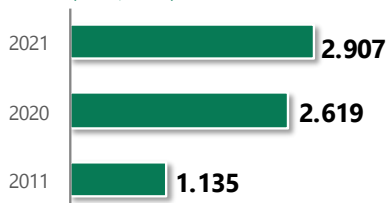
FORMAGGB.100 mln €



5,9%
PESO
su EXP AA

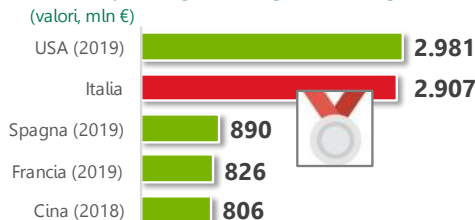
EXPORT BIO ITALIA: TREND

(valori, mln €)



ITALIA: 2° TOP EXPORTER BIO

(valori, mln €)



Fonte: Osservatorio SANANomisma-elaborazioni su dati NIELSEN, AssoBismea, Survey Imprese NOMISMA per ICE Piattaforma ITA.BIO www.ita.bio

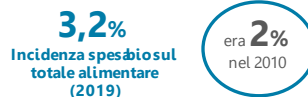
I NUMERI CHIAVE DEL BIO IN CANADA

Tutti i numeri del bio in Canada sono positivi: oltre 1,3 milioni di ettari coltivati secondo il metodo biologico nel 2019 (+88% rispetto al 2010) e 5.677 produttori (+50%). Le vendite di prodotti bio sul mercato interno hanno dimensioni simili a quelle del mercato italiano: 3,5 miliardi di euro (+12% rispetto al 2018 e +83% sul 2010) che rappresentano il 3% delle vendite mondiali e che fanno del Canada il sesto mercato al mondo per consumi di prodotti biologici. Anche l'incidenza complessiva del bio sul totale del carrello è simile a quella italiana (3,2% nel 2019) ma la spesa pro-capite per prodotti biologici in Canada è più elevata: 93 euro a persona (a fronte di 58 euro in Italia) con una quota di frequent users più elevata (66% su totale della popolazione canadese consuma bio almeno una volta la settimana contro il 48% in Italia). E l'interesse per il bio che non si ferma al consumo domestico: il 48% dei consumatori riferisce di aver consumato un prodotto bio anche nel canale away from home. Alla base del successo crescente del bio sicuramente una maggiore richiesta delle famiglie canadesi di garanzia di sicurezza e salubrità del cibo, principale motivazione espressa dal 48% degli users bio.

LE DIMENSIONI DEL MERCATO BIO



RUOLO DEL BIO NEL CARRELLO

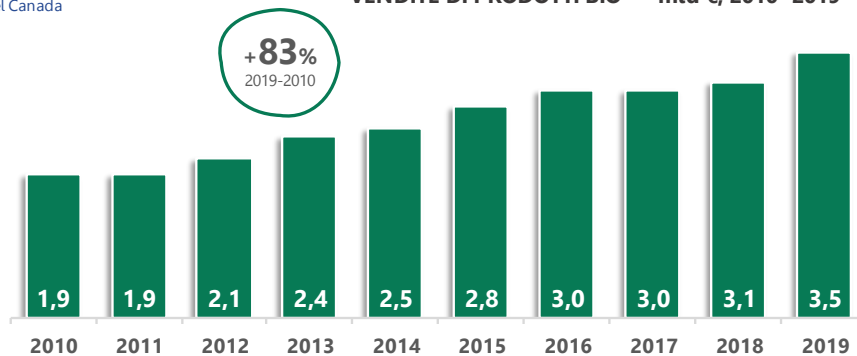


VENDITE DI PRODOTTI BIO - mld €, 2010 -2019

SPESA PRO-CAPITE

93 €/persona, 2019

+63% 2019-2010



Fonte: Nomisima su dati Fibl

ITA.BIO | www.ita.bio

Pag 10



Fonte: Nomisima per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

IL CONSUMATORE BIO IN CANADA¹

I dati della consumer survey di Nomisima rilevano una profonda diffusione del bio in Canada: quasi 8 famiglie su 10 (76%) hanno consumato un prodotto alimentare o una bevanda a marchio biologico nel corso degli ultimi 12 mesi. Sebbene sia l'Ontario complessivamente il mercato più importante per il bio in Canada in termini assoluti, sono gli stati della British Columbia e del Québec ad avere la quota di mercato più alta: qui, infatti, i prodotti bio raggiungono rispettivamente l'83% e l'82% dei consumatori. Altri target in cui è molto forte il richiamo del bio è quello dei giovani (nella fascia 18-29 anni il bio viene consumato dall'85%) e quello dei nuclei familiari in cui sono presenti bambini in età prescolare, qui il tasso di penetrazione è addirittura al 90%.

Sicurezza alimentare (espressa dal 48% degli organic user), fiducia nella qualità del prodotto (47%) e attenzione per l'ambiente (41%) sono le principali motivazioni dei consumatori alla base della scelta di prodotti biologici.

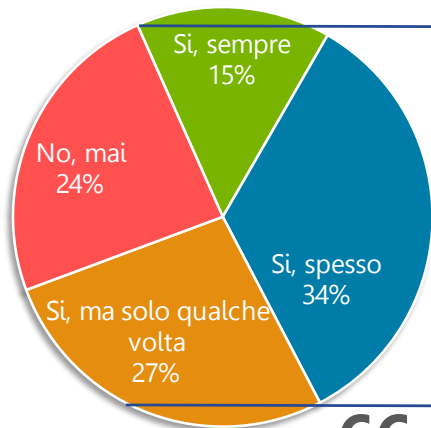
Garanzie che diventano ancora più importanti in questo periodo di crisi sanitaria, tanto che durante il 2021 il 37% dei consumatori, ha incrementato la spesa destinata ai prodotti bio.

Ma il marchio biologico non è l'unico attributo che conta nella scelta dei prodotti da mettere nel carrello. Oltre a preferire l'origine nazionale dei prodotti bio che acquista, il consumatore richiede coerenza e sostenibilità a 360°: il 15% degli user bio ritiene importante che la confezione sia eco-friendly o che il prodotto sia stato fatto rispettando l'ambiente (minori emissioni di CO2, zero sprechi, uso di energia rinnovabile ecc ...).

¹ La survey ha coinvolto un campione di 1.000 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).

BIO CONSUMER BASE

NELL'ULTIMO ANNO, PER SÉ O PER LA SUA FAMIGLIA, HA ACQUISTATO IN ALMENO UN'OCCASIONE PRODOTTI ALIMENTARI A MARCHIO BIOLOGICO PER IL CONSUMO DOMESTICO?



76%*
ha acquistato bio nell'ultimo anno

66%

CANADESI WEEKLY USERS
CONSUMANO BIO ALMENO UNA VOLTA A SETTIMANA

IDENTIKIT user BIO

- 90%** COPPIA CON FIGLI < 12 ANNI
- 88%** LAVORATORE AUTONOMO
- 85%** 18-29 ANNI
- 83%** BRITISH COLUMBIA
- 82%** QUEBEC
- 82%** REDDITO > 75K\$
- 80%** 30-54 ANNI
- 78%** DONNE

49%*
ha consumato bio FUORI CASA nell'ultimo anno

*% sul totale popolazione 165 anni

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

ITA.BIO | www.ita.bio

Pag 13

Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO - www.ita.bio - ICE Agenzia e FederBio

IL MADE IN ITALY BIO PER IL CONSUMATORE CANADESE

Nel confronto internazionale, nel percepito dei consumatori, l'Italia si posiziona al secondo posto, dopo gli Stati Uniti, tra i Paesi che producono i prodotti di maggiore qualità, sia relativamente ai prodotti alimentari in generale (22% indica "Italia" quando pensa ad un paese produttore di eccellenze del Food & Beverage) che per quelli a marchio bio (18%). Complessivamente però la qualità del nostro bio tricolore è ritenuta complessivamente superiore rispetto a quella di altri Paesi dal 50% dei canadesi, tanto che 7 su 10 sono disposti a pagare un prezzo più alto per avere la garanzia del Made in Italy nel bio.

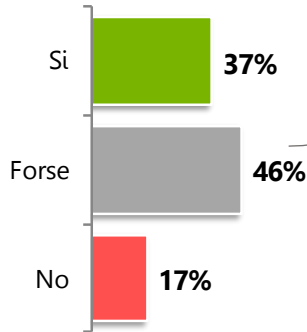
Ma quali sono i prodotti più promettenti per il bio Made in Italy?

Olio extra vergine d'oliva, formaggi, passate/conservate vegetali sono le categorie di prodotto per cui i consumatori canadesi cercano le garanzie di qualità offerte dal marchio bio e quelle su cui l'italianità è un fattore distintivo. Su pasta e vino sono molto forti interesse e apprezzamento nei confronti dell'origine italiana, queste restano categorie per cui, al momento, il bio non sempre è la prima scelta.

Nessun ostacolo per il binomio bio e Made in Italy neanche per il futuro: il 37% si dice interessato all'acquisto di un prodotto italiano a marchio bio se disponibile presso i canali abituali. Gli indecisi (46%) sarebbero attratti, oltre che da promozioni e prezzi bassi, anche da informazioni riguardo agli ingredienti e ai loro valori nutrizionali, e, in particolare alla relazione tra il prodotto e i benefici che esso produce sulla salute.

LEVE PER MADE IN ITALY BIO

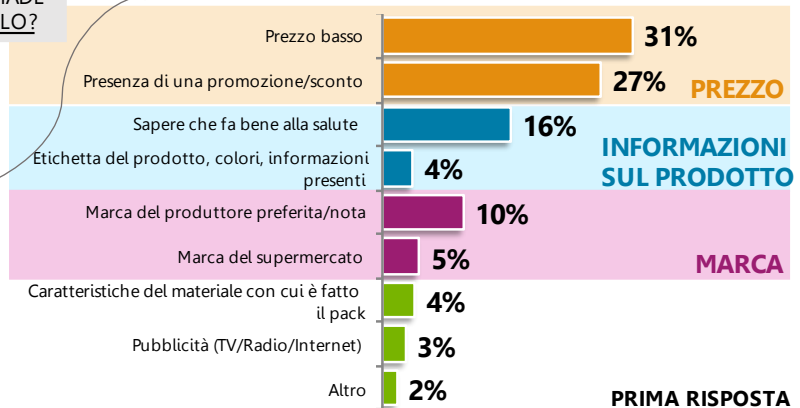
SE DALLA PROSSIMA SETTIMANA TROVASSE, PRESSO I NEGOZI CHE FREQUENTA ABITUALMENTE UN NUOVO PRODOTTO ALIMENTARE BIOLOGICO MADE IN ITALY, SAREBBE INTERESSATO AD ACQUISTARLO?



% calcolata su popolazione 18 -65 anni

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

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



% calcolata su «indecisi»

PRIMA RISPOSTA

"Prosegue la crescita del comparto biologico e dei prodotti made in Italy anche per il 2021: come evidenziano i dati elaborati nell'ambito di ITA.BIO, progetto che l'Agenzia ICE ha scelto di portare avanti a seguito degli ottimi risultati ottenuti durante il primo anno, il biologico italiano ha consolidato il suo potenziale, in particolare durante questo periodo di emergenza, mantenendo costante la crescita riscontrata negli ultimi dieci anni. Per tale ragione l'Agenzia ICE, FederBio e Nomisma, nel decidere di proseguire la collaborazione per il progetto ITA.BIO, sulla base dei feedback positivi ricevuti dalle aziende italiane coinvolte, che ne hanno confermato l'efficacia, e in virtù della produttiva collaborazione messa in atto, confermano la piattaforma ITA.BIO quale strumento per supportare il nostro Made in Italy in tutto il mondo, tramite anche l'attuazione concreta di tematiche di innovazione e digitalizzazione che, in un settore come quello biologico, hanno assunto ormai un ruolo fondamentale." **Dichiara la Dott.ssa Pascarelli - Dirigente Ufficio Agroalimentare & Vini Agenzia ICE.**

"La collaborazione fra ICE e FederBio – dichiara **Paolo Carnemolla, Segretario Generale di FederBio** – prosegue nel percorso di consolidamento di una piattaforma di supporto alle imprese biologiche italiane che vogliono rafforzare o avviare la loro presenza sui mercati esteri anche di più recente e promettente sviluppo come quello del Canada. 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'estero integrano e potenziano le opportunità offerte dalla piattaforma ITA.BIO."

"Nomisma con questo terzo forum conferma il suo obiettivo di supportare i protagonisti della filiera italiana del biologico attraverso ITA.BIO, fornendo informazioni e strumenti utili al corretto posizionamento dei prodotti biologici in specifici canali e mercati - dichiara **Silvia Zucconi, Responsabile Market Intelligence Nomisma S.p.A.** – Quest'anno sono state proprio le imprese a suggerire quali mercati e su quali prodotti realizzare i diversi focus, attraverso la compilazione di un questionario online, da cui è emersa una forte necessità di dati e ricerche di mercato a supporto delle strategie di internazionalizzazione, oltre al supporto di notizie puntuali e sempre aggiornate sulla normativa del mondo bio nei vari paesi di destinazione dei prodotti Made in Italy".