



► 1 marzo 2021

MERCATI

Ita.Bio, voglia di export per il biologico tricolore



Il biologico italiano guarda all'estero. E per fare crescere la propria presenza ha realizzato la piattaforma Ita.Bio frutto della collaborazione fra Ice e FederBio. Secondo Paolo Carnemolla, segretario generale di FederBio, "l'accordo 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. 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, intendiamo fornire alle imprese del settore informazioni e contatti per orientare le loro strategie commerciali e dare un supporto per accompagnarle sui mercati. Importante anche la collaborazione di Sana, fiera specializzata che si svolge ogni anno a BolognaFiere, i cui accordi con piattaforme e-commerce e con sistemi fieristici all'estero potenziano le opportunità offerte dalla piattaforma Ita.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%). Il riconoscimento del bio made in Italy sui mercati internazionali è testimoniato anche dall'incremento di lungo periodo (+149% rispetto al 2009) e dalla quota di export sul paniere made in Italy (6% sull'export agroalimentare italiano totale).

In questo scenario gli Usa rappresentano il mercato principale. Secondo partner commerciale per l'Italia nel Food & Beverage e primo al mondo per import agroalimentare e per il consumo di prodotti biologici, gli Stati Uniti sono uno dei mercati più promettenti per il nostro made in Italy. I dati della consumer survey di Nomisma rilevano una profonda diffusione del bio negli Usa: quasi 9 famiglie su 10 (89%) hanno consumato un prodotto alimentare o una bevanda a marchio biologico nel corso del 2020; nel 2016 questa quota era dell'82%. Tra gli altri fattori che fanno 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.

