

MERCATI CONSUMI

## Una panoramica sul bio tricolore negli Usa

In occasione del lancio del progetto ITA.BIO, la prima piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy, Nomisma ha realizzato per ICE e Federbio un'indagine dalla quale emerge come gli Stati Uniti rappresentino uno dei mercati più promettenti per il nostro Made in Italy, ponendosi come il secondo partner commerciale per l'Italia nel Food & Beverage e primo al mondo per import agroalimentare e per il consumo di prodotti biologici.

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). Il riconoscimento del bio Made in Italy sui mercati internazionali è 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).

Negli Stati Uniti, che rappresentano il secondo mercato di destinazione del nostro, agroalimentare, è forte l'interesse verso il bio: ne sono confermati 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 con-



sumer base, un diffuso interesse per il cibo salutare (65% dei consumatori scelgono avendo cura degli impatti del cibo sulla salute – indagine Nomisma) e per la salvaguardia dell'ambiente (il 25% dei consumatori la pandemia ha aumentato la consapevolezza dell'importanza di acquistare cibo rispettoso dell'ambiente – indagine Nomisma).

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 forti consumatori (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 del fuori casa.



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 ne era già fruitore ne ha incrementato la spesa.

Per quanto riguarda i requisiti che i consumatori statunitensi più apprezzano dei prodotti tricolori figurano al primo posto l'"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. 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.

Per quanto riguarda il futuro, infine, 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.