

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 4 CONSUMATORI SCANDINAVI SU 10
PASTA, OLIO EXTRA-VERGINE, FORMAGGI E VINO LE CATEGORIE BIOLOGICHE DI INTERESSE
ITALIA LEADER DI MERCATO PER IL VINO BIO IN SVEZIA: MARKET SHARE DEL 42%.**

**CRESCE IL PESO DEI PRODOTTI ITALIANI IN UN MERCATO DEL BIO CHE NEI DUE PAESI SCANDINAVI SUPERA I 4,4
MILIARDI DI EURO**

**É quanto emerge dall'analisi di Nomisma per la Piattaforma ITA.BIO (www.ita.bio) nel primo
focus dedicato alla Scandinavia. Il 03 marzo 2023 il focus Giappone.**

COMUNICATO STAMPA

Bologna, 26 gennaio 2023 – Danimarca e Svezia, ottavo e nono mercato al mondo per vendite di prodotti BIO, con un incremento rispettivamente del +183% e del +176% negli ultimi 10 anni ed un tasso di penetrazione del bio dell'87%, sono tra i mercati più promettenti per il bio Made in Italy – come confermato anche dal panel di imprese alimentari e vitivinicole italiane intervistate da Nomisma.

Questo quanto emerge dalla survey originale sui consumatori danesi e svedesi presentata oggi in occasione del quarto 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

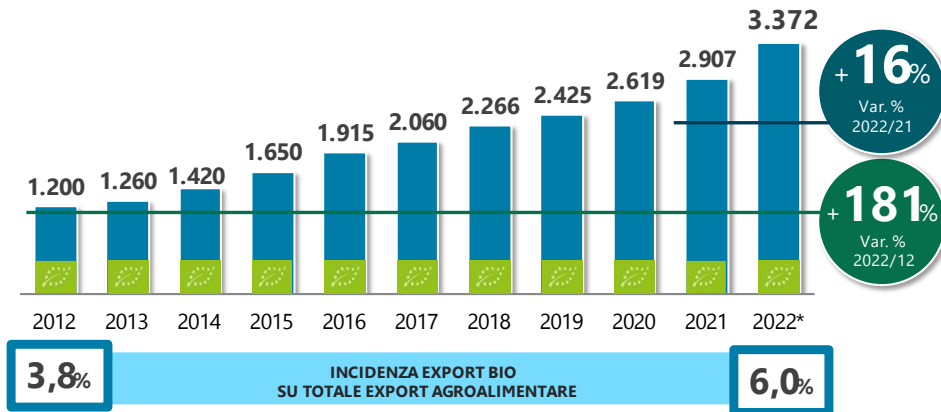
Molto positiva la performance dell'export agroalimentare bio: nel 2022 le vendite di prodotti agroalimentari italiani bio sui mercati internazionali hanno raggiunto i 3,4 miliardi di euro, mettendo a segno una crescita del +16% (anno terminante a giugno) rispetto all'anno precedente.

Per altro, il riconoscimento del bio Made in Italy sui mercati internazionali è testimoniato anche della crescita di lungo periodo (+181% rispetto al 2012, un valore quasi triplicato) e dalla quota di export sul paniere Made in Italy, con un peso del 6% sull'export agroalimentare italiano totale nel 2022.

La gran parte delle esportazioni riguarda il food ma è rilevante anche il ruolo del vino.

EXPORT BIO MADE IN ITALY

(2021-2022, milioni €)



Fonte: Nomisma su dati FIBL e stime Nomisma per la piattaforma ITA.BIO

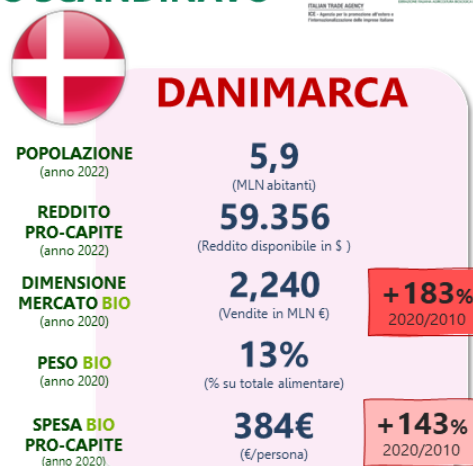
*Stima

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

I NUMERI CHIAVE DEL BIO IN SCANDINAVIA

Tutti i numeri del bio in Scandinavia sono positivi. La Danimarca è l'ottavo mercato al mondo per valore delle vendite di prodotti bio sul mercato interno con 2.240 milioni di euro e una quota di vendite bio sul totale della spesa alimentare pari a ben il 13% (quasi raddoppiata rispetto al 2010). Segue a pochissima distanza la Svezia – nono consumatore mondiale di prodotti bio – con un valore di 2.193 milioni di euro e un peso del bio che sfiora quasi il 9%. Per non parlare della spesa pro-capite per prodotti bio: 384 euro in Danimarca e 212 euro in Svezia che fanno sì che i due Paesi si collochino ai vertici della classifica mondiale, rispettivamente al secondo e quinto posto.

I NUMERI CHIAVE DEL MERCATO SCANDINAVO



Fonte: Nomisma su dati FIBL e FMI

IL CONSUMATORE BIO IN SCANDINAVIA (DANIMARCA & SVEZIA)

I dati della consumer survey originale realizzata Nomisma confermano un forte interesse per il bio in Scandinavia: quasi 9 famiglie su 10 hanno consumato un prodotto alimentare o una bevanda a marchio

biologico nel corso del 2022. Tra gli altri fattori che fanno della Scandinavia un mercato ad alto potenziale per il bio ci sono, da un lato, la quota di heavy user (il 40% delle famiglie acquista bio in ogni spesa o quasi) e, dall'altro, la centralità della caratteristica bio come driver di scelta, tanto che 1 consumatore su 5 dichiara di considerare il marchio bio come primo criterio di scelta quando acquista prodotti alimentari, quota che aumenta per alcune categorie di prodotti come ortofrutta fresca, olio extra-vergine di oliva, alimenti per bambini e formaggi.

Dalla survey di Nomisma risulta anche che la sostenibilità ambientale e sociale rappresenta la principale motivazione dei consumatori scandinavi alla base della scelta di prodotti biologici e coinvolge quasi ben la metà degli user. Gli ulteriori motivi che guidano gli acquisti di prodotti bio tra i consumatori di Svezia e Danimarca sono la sicurezza per la salute e le qualità e le proprietà nutrizionali differenti rispetto ai prodotti convenzionali.

Il marchio biologico non è l'unico attributo che conta nella scelta dei prodotti da mettere nel carrello e il consumatore richiede coerenza e sostenibilità a 360°. A conferma di ciò, ben il 28% 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 ...).

“Supportare i protagonisti dell'agroalimentare biologico italiano è il primo obiettivo della piattaforma ITA.BIO dove Nomisma rappresenta la struttura di market intelligence in grado di monitorare dimensioni, trend e opportunità dei principali mercati internazionali” dichiara **Silvia Zucconi, Responsabile Market Intelligence Nomisma S.p.A.** *“Il forum di oggi è stato dedicato ai paesi scandinavi, mercati dove il bio italiano ha un'importante opportunità di sviluppo: la Danimarca è prima per quota di consumi bio sul totale (12%) con un consumo pro capite che sfiora i 400 euro, la sostenibilità è primo driver di scelta dei prodotti agroalimentari – precedendo l'interesse verso prezzo e convenienza, l'Italia è il primo paese a cui i consumatori riconoscono alta qualità delle produzioni alimentari – premesse che unite al supporto del desk dedicato attivato da ICE Agenzia e FederBio rappresentano formidabili opportunità per le imprese italiane.”*

IL MADE IN ITALY BIO PER IL CONSUMATORE SCANDINAVO

Nel confronto internazionale, nel percepito dei consumatori danesi, l'Italia si posiziona al primo posto tra i Paesi che producono i prodotti bio di maggiore qualità: a pensarla così è il 38% degli user bio. Nel caso della Svezia, il nostro Paese si contende la leadership con la Danimarca: in tal caso la quota di user che indica l'Italia quando pensa ai prodotti bio di maggiore qualità è pari al 37%.

A ulteriore conferma dell'ottima reputazione del bio italiano, per ben 6 consumatori scandinavi su 10 i prodotti alimentari bio Made in Italy hanno una qualità superiore rispetto ai prodotti di altri Paesi mentre per 7 consumatori 10 il bio italiano ha un percepito maggiore anche sul fronte delle garanzie di tracciabilità e di metodi produttivi rispettosi dell'ambiente. Grazie a questa ottima percezione, i prodotti bio italiani trovano larga diffusione in Scandinavia: il 65% delle famiglie ha acquistato un prodotto alimentare Made in Italy a marchio biologico nel corso del 2022 e il 30% li ha acquistati almeno una volta a settimana.

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

Olio extra vergine d'oliva, formaggi, conserve di pomodoro, salumi, formaggi e vino sono i prodotti italiani a marchio bio più acquistati dai consumatori scandinavi ma anche le categorie per i quali il consumatore è più interessato al binomio bio-Made in Italy.

IL RUOLO DEL VINO BIO

Dal rapporto presentato da Nomisma risulta anche che il vino è uno dei prodotti bio più diffusi sul mercato scandinavo. Se ci si focalizza sul mercato svedese - sulla base dei dati del Systembolaget, il monopolio svedese che gestisce le vendite di bevande alcoliche (vino incluso) - ben un quarto delle vendite di vino è costituito proprio da vini a marchio bio per un valore di 600 milioni di euro nell'ultima rilevazione. In tale scenario,

l'Italia è leader assoluto con un peso sul totale delle vendite di vino bio del 42% sia a valore che a volume nel 2021; un successo da ricondurre in primis all'ottimo posizionamento di alcuni territori quali Veneto (grazie al Prosecco che rappresenta la denominazione a marchio bio più venduta in Svezia), Sicilia e Puglia.

«Il vino italiano gode di un'ottima reputazione sul mercato scandinavo e l'Italia figura al primo posto tra i Paesi che producono i vini di maggiore qualità. Tale forte apprezzamento nei confronti del vino Made in Italy trova riscontro anche con riferimento al biologico: ben il 38% degli wine user beve vino a marchio bio di origine italiana e il 20% lo fa con cadenza settimanale. E le opportunità per le aziende vitivinicole italiane sono ancora ampie su tale importante mercato, al punto che quasi la metà dei consumatori sarebbe interessato a provare un nuovo vino italiano a marchio bio mentre in un terzo dei casi sarebbe disposto a spendere un differenziale di prezzo superiore al 5% rispetto ad un vino italiano non bio» afferma **Emanuele Di Faustino, Responsabile Industria, Servizi e Retail Nomisma S.p.A.**

IL POTENZIALE DEL MADE IN ITALY BIO

Nessun ostacolo per il binomio bio e Made in Italy neanche per il futuro: il 30% dei consumatori si dice interessato all'acquisto di un prodotto alimentare italiano a marchio bio, quota che sale al 46% in merito al vino.

Gli indecisi sarebbero attratti, oltre che da promozioni e prezzi bassi, anche da brand famosi, da informazioni sul basso impatto ambientale e dalla presenza di confezioni eco-sostenibili.

Più della metà degli attuali non user vino, infatti, non ha ancora mai provato il bio italiano perché non lo trova in assortimento mentre in 1 caso su 5 non ne conosce ancora le caratteristiche distintive. Le stesse motivazioni del mancato acquisto riguardano anche i prodotti alimentari: il 26% di chi non consuma food bio Made in Italy dichiara di non conoscerne le caratteristiche distintive e, in 1 caso su 10, non li trova nei punti vendita abituali.

“Negli ultimi 10 anni, le esportazioni di biologico Made in Italy sono letteralmente esplose (+ 181%), facendo diventare l'Italia il principale esportatore di alimenti bio a livello internazionale dopo gli USA. I Paesi Scandinavi sono mercati dove la richiesta di prodotti biologici Made in Italy è in crescita, prodotti che uniscono attenzione alla sostenibilità con la qualità elevata delle produzioni agroalimentari italiane e incorporano valori culturali, sociali e ambientali riconosciuti e apprezzati in tutto il mondo. La piattaforma ITA.BIO, nata dalla collaborazione fra l'Agenzia ICE e FederBio con il supporto del Ministero Affari Esteri e Cooperazione Internazionale, intende supportare le imprese anzitutto fornendo informazioni e conoscenza dei mercati indispensabili per potervi operare e mettendo a disposizione una piattaforma integrata di iniziative promozionali. Anche attraverso questa iniziativa FederBio conferma il proprio impegno per supportare lo sviluppo del settore biologico italiano e la sua internazionalizzazione” dichiara **Paolo Carnemolla, Segretario Generale di FederBio.**

“In Scandinavia l'attenzione ai prodotti biologici è molto elevata e le vendite di prodotti bio superano il valore di 2 milioni di euro sia in Svezia che in Danimarca. L'export italiano nel settore è in costante crescita negli ultimi anni ed ha superato i 3 miliardi di euro nel 2022; i nostri prodotti biologici godono di un'ottima reputazione sul mercato scandinavo e di quote di mercato rilevanti, sia nel settore agroalimentare che in quello del vino. Il Focus Nomisma Svezia/Danimarca rappresenta un'ottima occasione per illustrare trend e dinamiche del settore, al fine di approfondire la conoscenza dei due mercati ed evidenziarne le opportunità commerciali. L'ufficio ICE di Stoccolma può sostenere nel modo più efficace le imprese italiane nel cogliere al meglio tali opportunità e rafforzare la loro presenza sul mercato scandinavo, con la propria offerta di servizi personalizzati ed attività promozionali dedicate” dichiara **Andrea Mattiello, direttore dell'ufficio ICE di Stoccolma.**

CONTATTI

Nomisma

ufficiostampa@nomisma.it

Edoardo Caprino – 3395933457

Giulia Fabbri – 345 6156164