

MADE IN ITALY TOP DELLA QUALITÀ PER 1 CONSUMATORE STRANIERO SU 3

IL 68% ACQUISTEREBBE BIO MADE IN ITALY PRESSO I PUNTI VENDITA ABITUALI

I dati dell'Osservatorio SANA saranno illustrati durante Rivoluzione Bio 2023

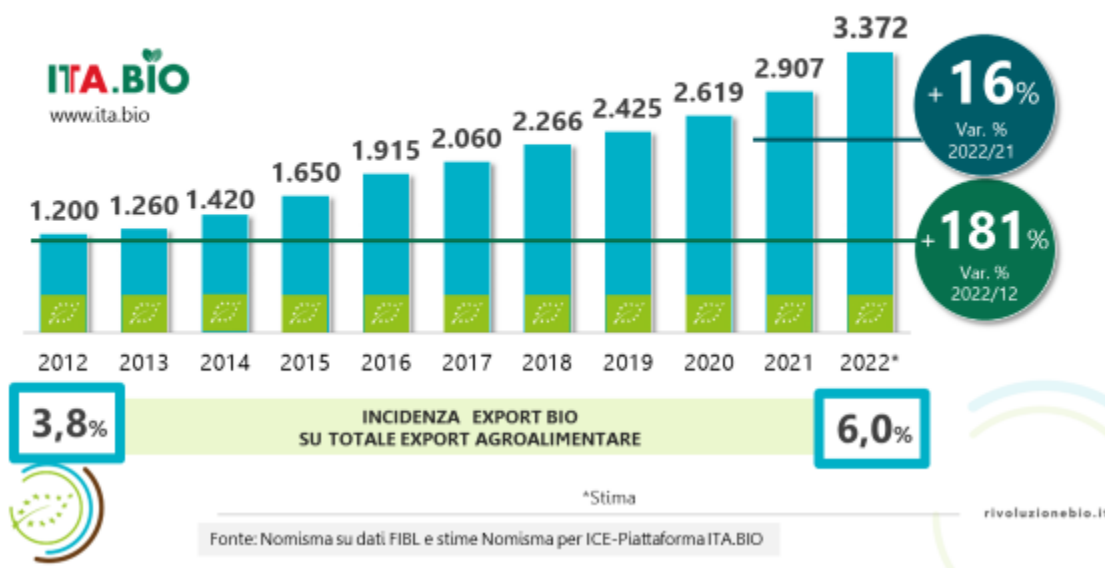
Milano, 22 giugno 2023 – Presentata a Milano la nuova edizione di **Sana 2023, il 35° Salone internazionale del biologico e del naturale**. Per l'occasione Nomisma ha sintetizzato le ultime analisi dell'**Osservatorio SANA** che, grazie alla partnership con ICE Agenzia, ha proposto i risultati del monitoraggio del biologico sui mercati internazionali realizzato da ITA.BIO (www.ita.bio), la piattaforma per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy promossa da ICE Agenzia e FederBio.

I dati dell'**Osservatorio SANA 2023** saranno presentati a settembre in fiera nell'ambito della quinta edizione di **Rivoluzione Bio, gli Stati generali del biologico**, organizzati in collaborazione con FederBio e AssoBio, e realizzati con Nomisma, nel quadro del progetto BEING ORGANIC IN EU gestito da FederBio in partenariato con Naturland DE e cofinanziato dall'Ue nell'ambito del Reg. EU n.1144/2014.

I dati vedono una performance positiva del nostro export 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 giugno) rispetto all'anno precedente. 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).

EXPORT BIO MADE IN ITALY

(2021-2022, milioni € - AT giugno)



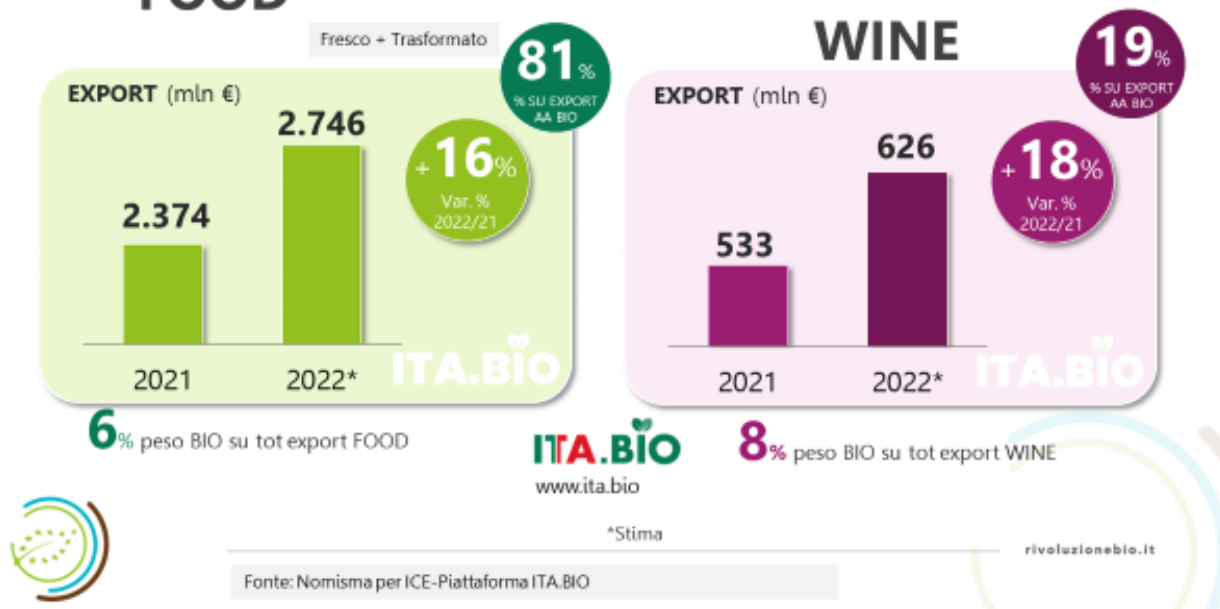
Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



La gran parte delle esportazioni (81% del totale) riguarda il food per un valore di 2,7 miliardi di euro nel 2022 (anno terminante giugno), +16% rispetto al 2021. Rilevante anche il ruolo del vino che pesa per il restante 19% dell'export bio, ossia una quota ben maggiore di quanto avviene con l'export agroalimentare in generale (in questo caso l'incidenza del wine è del 13%). In termini assoluti parliamo di 626 milioni di euro di vino bio Made in Italy venduto sui mercati internazionali, +18% rispetto al 2021 ed una quota sul totale dell'export vitivinicolo italiano dell'8% (il food "si ferma" al 6%).

EXPORT BIO: IL RUOLO DEI PRODOTTI FOOD



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

MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO

Per quanto riguarda i mercati presidiati, dall'indagine condotta tra luglio e agosto 2022 da Nomisma per ICE Agenzia e FederBio su un campione di 290 imprese alimentari e vitivinicole italiane, è emerso come le principali destinazioni in Europa per food italiano BIO siano la Germania (indicata nel complesso dal 63% delle aziende) e a seguire Francia (46%) e Benelux (34%). Per il vino a guidare è ancora il mercato tedesco (67%), seguito a brevissima distanza dai Paesi Scandinavi (61%) - dove, da sempre, l'apprezzamento del vino bio è molto alto - e dal Benelux (59%). Al di fuori dei confini comunitari la fanno da padrone Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito sia per il food che per il wine (in quest'ultimo caso risultano strategici anche Canada e Giappone).

E in futuro? Secondo le imprese, i Paesi più promettenti per le esportazioni di prodotti bio nel prossimo triennio saranno Germania (56%), Nordics (32%) e Stati Uniti (25%) per il food, e Nordics (58%), Stati Uniti e Canada (entrambi segnalati da un terzo delle aziende) nel caso del vino.

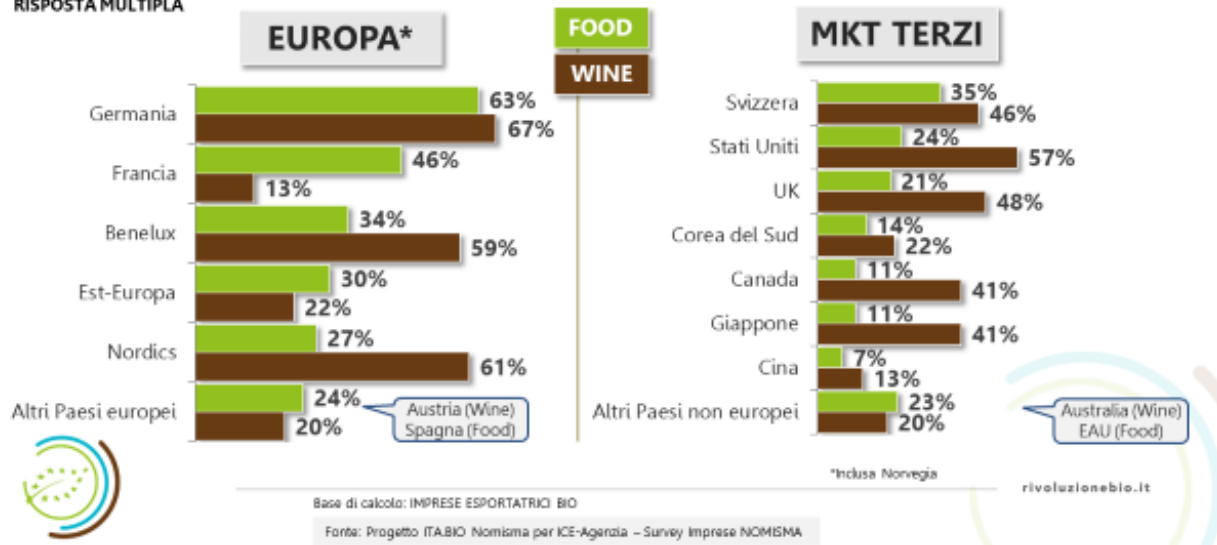
RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



MKT DI DESTINAZIONE DEL MADE IN ITALY BIO

QUALI SONO STATI NEL 2021 I PRINCIPALI MKT ESTERI DI DESTINAZIONE DEI PRODOTTI A MARCHIO BIO DELL'AZIENDA?

RISPOSTA MULTIPLA



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

PUNTI DI FORZA E OSTACOLI DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI

Quali sono le caratteristiche che decretano il successo del bio italiano sul mercato estero? La qualità dei prodotti e il generale interesse del consumatore straniero per il Made in Italy (indicati rispettivamente dal 66% e dal 60% delle imprese) sono il biglietto da visita del nostro bio sui mercati internazionali. Sono considerati elementi di successo anche l'equivalenza del marchio bio europeo (34%), l'elevata spesa media pro-capite per i prodotti bio (33%) e le garanzie associate ai prodotti agroalimentari bio (24%).

Secondo le aziende italiane, gli aspetti che rappresentano i maggiori ostacoli alla vendita dei propri prodotti bio all'estero sono invece i costi legati alle attività di promozione sui mercati internazionali (percepiti come ostacolo dal 42% delle imprese esportatrici bio), le normative/burocrazie locali e la concorrenza di prezzo da parte delle imprese locali (fattori indicati entrambi dal 37%).

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



BIO: FATTORI DI SUCCESSO & OSTACOLI ALL'ESTERO

QUALI SONO I FATTORI CHE DECRETANO IL SUCCESSO DEI PRODOTTI BIO DELL'AZIENDA

QUALI SONO I PRINCIPALI OSTACOLI ALLA VENDITA DEI PRODOTTI BIO DELL'AZIENDA SUI TOP3 MKT PRESIDIATI?

RISPOSTA MULTIPLA – TOP 5



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

BIO MADE IN ITALY: L'OPINIONE DEL CONSUMATORE STRANIERO

Grazie alle indagini periodiche Nomisma per la piattaforma ITA.BIO è stato possibile raccogliere le opinioni di oltre 7.000 consumatori dei principali mercati target per il bio (Stati Uniti, Cina, Canada, Emirati Arabi, Scandinavia, Giappone e Messico).

Se è vero che il biologico è ormai diffuso in tutto il mondo – e, in particolare, negli Stati Uniti (l'89% della popolazione ha consumato almeno una volta un prodotto biologico nel corso dell'ultimo anno), in Scandinavia (87%) e Canada (76%) – il Bio Made in Italy rappresenta ancora una nicchia, soprattutto in Messico, Emirati Arabi e Giappone (dove la consumer base non supera l'8% della popolazione).

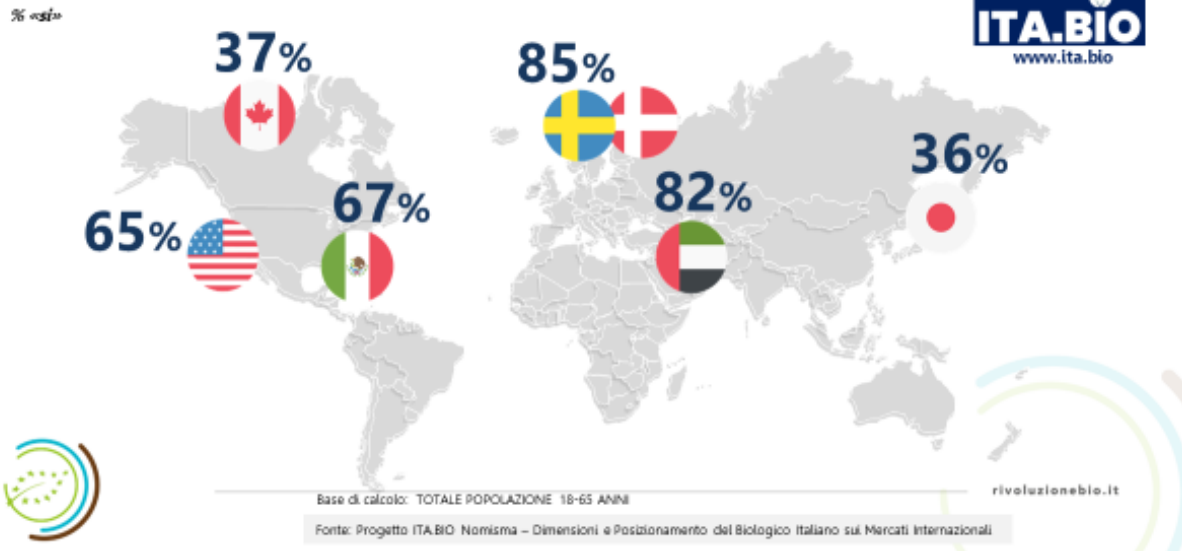
Ma in tutti i mercati analizzati si evidenziano enormi opportunità di crescita: **l'Italia è top quality nel food & wine nel percepito del consumatore** (in media uno su tre posiziona l'Italia al primo posto nella classifica dei Paesi da cui provengono i prodotti alimentari di maggiore qualità) e c'è **forse interesse nei confronti del binomio bio Made in Italy** (il 68% in media acquisterebbe un nuovo prodotto bio Made in Italy se lo trovasse presso i punti vendita che frequenta abitualmente).

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



POTENZIALE BIO MADE IN ITALY

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



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

Allora quali sono i fattori da attivare per migliorare il posizionamento del nostro bio all'estero? Per accrescere diffusione, consapevolezza e interesse verso il biologico, è indispensabile che il consumatore internazionale venga informato di più e meglio riguardo le caratteristiche e le garanzie che il bio offre: circa 7 user bio su 10 nei mercati analizzati dichiara infatti di non aver informazioni sufficienti e dettagliate sulle caratteristiche e i valori degli alimenti biologici (quota che supera il 80% per i non user di bio). Un'altra leva efficace per avvicinare il bio Made in Italy al consumatore straniero è la possibilità di conoscere i prodotti tramite assaggi o materiali nella grande distribuzione o presso i ristoranti, soprattutto in Messico, Cina e Giappone.

Dal punto di vista delle aziende italiane, invece, le azioni più efficaci a supporto dello sviluppo del Bio nei prossimi anni dovranno mirare a stimolare la domanda e la fiducia dei consumatori (44%), chiarire il contributo dell'agricoltura biologica alla sostenibilità (32%) e sostenere l'offerta e quindi la conversione e la produzione (24%).

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



RIVOLUZIONE BIO: LE PRIME ANTICIPAZIONI SUL PROGRAMMA DEL 2023

7 settembre, ore 10.30

Saluti istituzionali e apertura lavori

Intervengono:

Presidenti BolognaFiere, AssoBio, FederBio

Luigi D'ERAMO | Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (*in attesa di conferma*)

Sessione 1 | PIANO D'AZIONE NAZIONALE E MERCATO ITALIANO

Interventi a cura di:

SINAB, ISMEA, Nomisma, FederBio, AssoBio

CONCLUSIONI affidate a On. Francesco Lollobrigida | Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (*in attesa di conferma*)

7 settembre, ore 14.30

Sessione 2 | MADE IN ITALY BIO ALL'ESTERO, BLOCKCHAIN E MARCHIO A CONTRASTO DELL'ITALIAN SOUNDING

Interventi a cura di:

Agenzia ICE, Naturland, Nomisma

CONCLUSIONI affidate a: On. Adolfo Urso | Ministro delle Imprese e del Made in Italy (*in attesa di conferma*)

8 settembre, ore 10.30

Sessione 3 | INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ: ESPERIENZE IN CAMPO NEL BIO

Case history di successo di imprenditori che hanno adottato soluzioni tecniche innovative nel biologico

CONCLUSIONI affidate a Prof. Pisante (*in attesa di conferma*)



Press Office SANA

Absolut eventi & comunicazione

Sara Telaro, Sveva Scazzina

SANApress@absolutgroup.it - Tel. 051 272523

BolognaFiere

Daniela Modonesi

daniela.modonesi@bolognafiere.it - Tel. 051 282233

Press office Nomisma

Maurizio Liuti - Head of Communication

maurizio.liuti@nomisma.it

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO

