



**LA PRIMA PIATTAFORMA DEL BIO ITALIANO NEL MONDO**

promossa da ICE e Federbio e a cura di Nomisma

**BIOLOGICO: IN MESSICO È ANCORA UNA NICCHIA MA HA SIGNIFICATIVE POTENZIALITÀ DI SVILUPPO GRAZIE A UNA CRESCENTE ATTENZIONE A SALUTE E BENESSERE**

**ITALIA TRA USA E SPAGNA NELLA CLASSIFICA DELLA QUALITÀ**

**FORMAGGI, PASTA, E VINO I PRODOTTI DI MAGGIORE INTERESSE**

**È quanto emerge dall'analisi di Nomisma per la Piattaforma ITA.BIO ([www.ita.bio](http://www.ita.bio)) nel focus dedicato al Messico**

**COMUNICATO STAMPA**

Bologna, 07 giugno 2023 – Con un valore di 59 milioni di euro, il Messico si posiziona solo al 35esimo posto nella classifica globale del bio in termini di quota di mercato. Il trend è però molto positivo, con una crescita del +12% solo nell'ultimo anno e una previsione di un +7% medio annuo fino al 2026, guidato da una consumer base giovane e sempre più attenta a benessere e salute.

Queste alcune delle evidenze emerse dalla survey originale sui consumatori messicani che verrà presentata oggi in occasione del sesto 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.

#### **I NUMERI CHIAVE DEL BIO IN MESSICO**

Il settore bio in Messico è in crescita: +14% il numero di aziende bio e +10% le superfici solo nell'ultimo anno, nonostante rappresentino ancora solo lo 0,2% sul totale della superficie agricola complessiva.

Con una spesa pro-capite inferiore a 1 euro a persona, il biologico in Messico rappresenta ancora una piccola nicchia di mercato che interessa soprattutto specifici target di popolazione (giovani e famiglie con figli al di sotto dei 12 anni), tanto che la quota di consumatori bio non raggiunge il 30% nelle upper class delle grandi città.

Dimensioni però che sottintendono enormi potenzialità di crescita, supportate anche dal graduale ma costante cambiamento negli stili di vita e nei consumi alimentari delle famiglie messicane. Un percorso verso abitudini più sane, fortemente trainato dal Governo messicano, che negli ultimi anni sta lottando duramente, attraverso divieti e tassazione, per combattere contro uno dei più alti tassi di obesità al mondo.

#### **IL CONSUMATORE BIO IN MESSICO**

Dunque trend salutistici e maggiore attenzione alla qualità dei prodotti che i messicani portano a tavola, lo dimostrano i dati della consumer survey originale di Nomisma, realizzata nel mese di maggio su un campione di popolazione residente nelle principali città e con redditi medio-alti: negli ultimi 2-3 anni il 46% degli intervistati ha aumentato in generale il budget dedicato alla spesa alimentare, il 36% ha speso di più per acquistare prodotti gourmet di importazione e il 28% dichiara di aver incrementato gli acquisti di prodotti di origine vegetale.

In tale contesto si inserisce il consumo di prodotti biologici, che risulta infatti legato principalmente a una scelta salutistica: il 72% dei consumatori che acquista prodotti biologici lo fa perché sono più sicuri per la salute, perché possiedono proprietà nutritive migliori (secondo il 54%) e, in generale, perché hanno qualità superiore (37%).

Se è vero che il biologico in Messico passa soprattutto da iper e supermercati generalisti (Walmart, La Comer, Chedraui,...) tanto che quasi 2/3 acquista bio principalmente presso questo canale, i ristoranti e i wine bar evidenziano comunque grosse potenzialità: ad oggi solo l'8% ha consumato pasti bio fuori casa, ma dalla fine del 2021 ad oggi, i consumi away from home in Messico presentano un trend di crescita costante, con una quota crescente di consumatori che ritiene importante la presenza di ingredienti o piatti bio nel menù di un ristorante. Altri canali di interesse per il biologico sono gli specializzati bio (punti vendita come Hanseakit o Ingredienta) che vengono scelti come punto di riferimento dalla consumer base.

Per accrescere diffusione, consapevolezza e interesse verso il biologico, è però indispensabile che il consumatore messicano venga informato di più e meglio riguardo le caratteristiche e le garanzie che il bio offre: l'80% degli user bio dichiara infatti di non aver informazioni sufficienti e dettagliate sulle caratteristiche e i valori degli alimenti biologici (quota che supera il 90% per i non user di bio). Nello specifico, solo due su dieci conoscono la differenza tra biologico e convenzionale e più di 1 consumatore su 2 vuole avere informazioni più dettagliate sulla tracciabilità dei prodotti bio e sul legame dieta salutare e sostenibilità ambientale.

#### **IL MADE IN ITALY BIO PER IL CONSUMATORE MESSICANO**

Italia top quality nel food&wine: nel percepito dei consumatori messicani, l'Italia si posiziona al secondo posto, alle spalle dei vicini Stati Uniti, tra i Paesi che producono i prodotti alimentari di maggiore qualità. Per il vino l'Italia è sul gradino più alto del podio, davanti a Cile e Francia.

Senza dubbio il Made in Italy bio ha ottime prospettive di sviluppo su questo mercato: 2 consumatori su 3 si dicono certamente interessati ad acquistare un prodotto biologico italiano se lo trovassero presso il punto vendita che frequentano abitualmente. Per gli incerti, il prezzo elevato è l'ostacolo rilevante che potrebbe però essere superato grazie a una buona comunicazione e informazione sul prodotto, in particolare in merito al buon impatto sulla sua salute.

*"La possibilità di conoscere i prodotti tramite assaggi o materiali nella grande distribuzione o presso i ristoranti potrebbe risultare una delle leve più efficaci per avvicinare il bio Made in Italy al consumatore messicano, fortemente sperimentatore ma al tempo stesso bisognoso di rassicurazioni riguardo le proprie scelte alimentari e, quindi, di informazioni sui prodotti alimentari che acquista."* illustra **Silvia Zucconi, Responsabile Market Intelligence Nomisma S.p.A.**

*"Frutta e verdura fresca e prodotti di origine animale (latte, carne, formaggi) sono i prodotti bio più acquistati dai consumatori messicani,"* afferma **Evita Gandini, Responsabile Market Insight Nomisma S.p.A.** *"ma sono formaggi, pasta e vino quelli per i quali il consumatore è più interessato al binomio bio-Made in Italy. Sul vino bio, in particolare, prevediamo le maggiori opportunità legate ai trend in crescita dei consumi pro-capite ma anche a una maggior presenza di vino italiano su questo mercato."*

*"Grandi opportunità in Messico per il Bio Italiano: siamo in un Paese giovane e in crescita costante che sta cercando di modificare, almeno nella fascia più alta di consumo, le abitudini di vita ed alimentari per vivere meglio e in maniera sana."* dichiara il **Direttore di ICE Messico, Giovanni Luca Atena** *"Con un'adeguata campagna di informazione nutrizionale, principalmente legata alla politica del Governo messicano, un'alimentazione più salutare vedrà certamente protagonista il Bio italiano crescere sulle tavole dei messicani."*

*“Il biologico in Messico è ancora un settore di nicchia, ma ha ampie potenzialità di sviluppo, considerando che solo nell’ultimo anno le vendite di alimenti bio hanno fatto registrare un incremento del 12% - sottolinea **Paolo Carnemolla, Segretario Generale di FederBio** -. Dunque un mercato interessante per le aziende dell’agroalimentare bio italiane che puntano a crescere a livello internazionale. In Messico il biologico italiano è percepito come sinonimo di alta qualità, in particolare per quanto riguarda i prodotti tipici come olio, pasta, formaggi e vino. In questo contesto la piattaforma ITA.BIO, dedicata all’internazionalizzazione del bio made in Italy, rappresenta un importante strumento di supporto per le imprese che vogliono posizionarsi o incrementare la presenza in questo mercato fornendo contatti e informazioni utili per orientare le strategie commerciali”.*

**CONTATTI**

**Nomisma**

[ufficiostampa@nomisma.it](mailto:ufficiostampa@nomisma.it)

**Edoardo Caprino – 3395933457**

**Giulia Fabbri – 345 6156164**