



LA PRIMA PIATTAFORMA DEL BIO ITALIANO NEL MONDO
promossa da ICE e Federbio e a cura di Nomisma

BIOLOGICO: BUONE PROSPETTIVE PER I PRODOTTI ITALIANI SUL MERCATO SUD COREANO

**In Corea del Sud cresce l'attenzione verso i cibi salutari e sostenibili e il 40% delle famiglie
acquista già prodotti a marchio Bio**

Formaggi, pasta e vino i prodotti BIO Made in Italy di maggiore interesse.

È elevata la richiesta di informazioni su tracciabilità e controlli effettuati sul prodotto Bio.

**È quanto emerge dall'analisi di Nomisma per la Piattaforma ITA.BIO (www.ita.bio) nel focus
dedicato alla Corea del Sud**

COMUNICATO STAMPA

Bologna, 19 giugno 2024 – Il comparto del Biologico sud coreano rappresenta un mercato cui guardare con grande attenzione viste le buone prospettive che riguardano le referenze Bio di origine italiana, con il 41% dei consumatori che si dichiara intenzionato ad aumentarne il consumo nei prossimi 2-3 anni. Inoltre, il 68% degli intervistati si dichiara soddisfatto della qualità dei prodotti made in Italy e un ulteriore 53% valuta positivamente la presenza e la varietà dei nostri prodotti presso la ristorazione locale.

Queste alcune delle evidenze emerse dalla survey originale sui consumatori della Corea del Sud che verrà presentata oggi in occasione del 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 COREA DEL SUD

In Corea del Sud il settore Bio è in crescita: tra 2022 e 2017 le superfici coltivate a biologico sono aumentate del +91% per rispondere alle esigenze di un mercato vivace, che nel retail ha fatto registrare vendite nell'ordine dei 485 mln di €.

Con una spesa pro-capite pari a 9,3 € a persona il biologico interessa soprattutto un target specifico di popolazione (famiglie con bambini, giovani under 27, persone con redditi e titoli di studio alti e uno stile di vita sostenibile).

Una crescita che sottende enormi potenzialità, trainata da una crescente attenzione al salutismo incentivata anche da azioni e iniziative del governo.

IL CONSUMATORE BIO IN COREA DEL SUD

I trend salutistici e una maggiore attenzione all'ambiente sono i fattori chiave che indirizzano la scelta dei prodotti Bio da parte dei consumatori sud coreani: 1 su 4 sceglie i prodotti alimentari da mettere nel carrello in base al loro effetto su salute e ambiente e complessivamente l'11% fa la spesa guardando al marchio.

Negli ultimi 2-3 anni il 51% degli intervistati ha aumentato in generale il budget dedicato alla spesa alimentare e il 53% è disposto a pagare di più per acquistare prodotti che fanno bene alla salute. In un contesto di maggiore consapevolezza verso i prodotti sani si inserisce anche il consumo dei prodotti biologici, che nell'ultimo anno sono stati acquistati dal 40% delle famiglie di Seul. Il Bio viene scelto soprattutto perché è più sicuro per la salute (65% dei rispondenti) o perché possiede migliori proprietà nutrizionali (38%) ed è garanzia di qualità (37%).

Tra i più affezionati al consumo di prodotti Bio ci sono soprattutto le famiglie con figli, il baby food è infatti la categoria su cui ricade maggior interesse: per il 40% degli acquirenti bio in questa categoria, il bio è proprio la prima scelta. Anche la generazione Z (giovani tra i 18 e i 27 anni) e chi ha redditi e un titolo di studio più alto rispetto alla media sembra essere maggiormente sensibile al marchio biologico.

Dall'indagine di Nomisma emerge come 1 coreano su 3 abbia consumato almeno un prodotto italiano nell'ultimo anno; il 22% ha invece acquistato almeno un prodotto italiano a marchio Bio con una preferenza che è ricaduta su formaggi, olio EVO, conserve e passate.

Secondo i consumatori però, le caratteristiche e le garanzie del prodotto Bio italiano e in generale del marchio Bio europeo, devono essere approfondite tra i consumatori: quasi 9 su 10 infatti vorrebbe avere maggiori informazioni, soprattutto su tracciabilità e controlli effettuati sul prodotto Bio.

Tra le leve da attivare per accrescere il consumo dei prodotti Bio Italiani vi è quella di un maggior assortimento dei prodotti presso la grande distribuzione con una maggiore visibilità del prodotto a scaffale. Nello specifico, dall'indagine emerge come il 47% dei consumatori coreani sarebbe pronto ad acquistare un nuovo prodotto Bio Mada in Italy se lo trovasse presso i punti vendita abituali, mentre un ulteriore 28% lo comprerebbe se avesse un brand conosciuto o se fosse funzionale per la propria salute.

ITALIA TOP QUALITY PER FORMAGGI, PASTA E VINO

Formaggi e pasta sono senza dubbio i prodotti dove il potenziale dei prodotti italiani a marchio Bio è più elevato.

Al terzo posto il vino, un prodotto cui sono interessati circa 4 consumatori su 10 che dichiarano di averlo provato almeno una volta nell'ultimo anno, ma che vede una crescita del +77% in termini di valore negli ultimi 20 anni. Secondo il consumatore coreano l'Italia è al secondo posto – dopo la Francia – tra i Paesi che producono i vini di maggiore qualità. Un posizionamento nel percepito che porta in alto l'interesse per i nostri vini biologici consumati ad oggi solo dal 19% degli user di vino, persone che appartengono prevalentemente al ceto più alto della società. Tra i fattori motivanti per accrescere il consumo di vino a marchio Bio al primo posto si trova la leva del prezzo che secondo i consumatori dovrebbe essere più accessibile (56%), o soggetta a offerte e promozioni (44%). Per favorire i consumi potrebbe essere interessante proporre esperienze e tasting nei negozi che frequentano abitualmente (31%), ma anche un ampliamento dell'offerta a scaffale presso la GDO (24%) e per la ristorazione locale (20%).

“Coinvolgere il consumatore attraverso un'indagine diretta ha permesso di approfondire alcune dinamiche difficilmente valutabili attraverso i soli dati sulle vendite. Seppure gli ultimi dati sul mercato del bio in Corea del Sud non evidenzino trend positivi, soprattutto a causa di tagli al bilancio pubblico e finanziamenti destinati all'agricoltura bio, il consumatore mantiene interesse: benessere, sostenibilità e biologico sono ad oggi attributi decisivi nelle scelte alimentari di un consumatore coreano su quattro; il 47% dichiara un aumento nelle previsioni di consumo di prodotti biologici per i prossimi 2-3 anni. Riteniamo che questi, assieme ad altri

*spunti evidenziati nel corso del convegno, siano dati rilevanti a supporto delle strategie di internazionalizzazione delle aziende italiane che vogliono esportare i propri prodotti bio o migliorare il proprio posizionamento strategico su questo interessante mercato” - illustra **Silvia Zucconi, Responsabile Market Intelligence Nomisma S.p.A.***

*“L'interesse del consumatore coreano verso i prodotti alimentari italiani è un trend in ascesa favorito anche dai crescenti flussi di turisti coreani in Italia che permettono di apprezzare meglio i prodotti alimentari del Made in Italy nella loro qualità e autenticità. Il consumatore coreano di fascia medio-alta si caratterizza per una particolare attenzione alla qualità ed alle proprietà salutari dei prodotti” - spiega **Ferdinando Gueli, Direttore dell'Ufficio dell'Agenzia ICE di Seoul**- “e questo stimola anche l'interesse verso i prodotti alimentari biologici italiani. Al termine del 2023 l'export di prodotti bio italiani in Corea del Sud ha inciso per il 6% sul totale delle esportazioni del comparto agroalimentare, attestandosi a oltre 3,6 miliardi di euro, con un aumento del +8% rispetto all'anno precedente. Sebbene la spesa pro-capite sia ancora relativamente bassa, le famiglie e i giovani con elevato potere di acquisto orientano le scelte di consumo verso i prodotti biologici, percepiti come migliori per la salute, di alta qualità e sostenibili per l'ambiente. Bisogna quindi insistere sulle iniziative di educazione ai consumatori e favorire la conoscenza del marchio di qualità "bio" quale elemento di garanzia per l'acquisto.”*

*“L'export di agroalimentare biologico Made in Italy trova nella Corea del Sud un mercato con ampie potenzialità di sviluppo, dove vengono particolarmente apprezzate la sostenibilità, valorizzata dalla certificazione bio, l'artigianalità e l'eccellenza del cibo italiano – dichiara **Aldo Cervi, Coordinatore della Sezione Soci Operatori dei Servizi e Mezzi Tecnici, Tecnici e Ricercatori FederBio** -. In Corea del Sud il biologico sta acquisendo un ruolo sempre più strategico nella spesa alimentare, le superfici coltivate a bio sono quasi raddoppiate (+ 91% dal 2017 al 2022) mentre le vendite di prodotti bio hanno fatto registrare un incremento del 47%. In questo scenario, piattaforme come ITA.BIO, sviluppate per incentivare e sostenere il posizionamento del biologico italiano nei mercati internazionali, fornendo informazioni e contatti utili, costituiscono uno strumento importante per creare significative opportunità di espansione per le aziende biologiche italiane nel mercato sudcoreano. In generale, negli ultimi 10 anni, le esportazioni di bio italiano sono cresciute complessivamente del 189 %, mentre l'incidenza del bio italiano nell'export globale di agroalimentare è del 6%”.*

CONTATTI

Nomisma

ufficiostampa@nomisma.it

Edoardo Caprino – 3395933457

Giulia Fabbri – 345 6156164