

## **SANA 2016, SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE**

**2.300 incontri b2b con buyer in arrivo da 27 Paesi**

**Dai dati dell'Osservatorio SANA presentati in Fiera: il mercato estero cresce del 16% nel 2015 e l'export bio del 408% dal 2008**

### **BUYER INTERNAZIONALI, CRESCONO DEL 29% I PAESI RAPPRESENTATI**

SANA cresce da tutti i punti di vista. Sono sempre più numerosi i Paesi che vedono in SANA una manifestazione di riferimento per il settore: lo dimostrano i 2.300 incontri b2b tra le aziende presenti in Fiera e i buyer in arrivo da 27 Paesi: Albania, Belgio, Bulgaria, Bosnia ed Erzegovina, Cipro, Croazia, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Inghilterra, Polonia, Olanda, Romania, Russia, Serbia, Slovenia, Svezia, Ucraina, Ungheria e Australia, Canada, Cina, Emirati Arabi Uniti, Giappone, Sud Corea e Usa.

Il programma mirato di match making è organizzato in collaborazione con FederBio, mentre l'incoming sempre più serrato di delegazioni straniere è frutto dei progetti avviati con la collaborazione del MIPAAF - Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali e di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Nella grande Buyer Lounge - realizzata nel Padiglione 29 di SANA - dal primo giorno si susseguono gli incontri fra i buyer esteri in visita alla manifestazione e gli espositori, contatti che sviluppano importanti occasioni di business per il bio made in Italy, fortemente apprezzato sui mercati esteri.

MIPAAF e ICE hanno sottoscritto, nell'ambito del Piano straordinario a favore del Made in Italy, una convenzione finalizzata alla valorizzazione dei nostri prodotti DOP e IGP in Nordamerica (Canada e USA), che prevede tra l'altro proprio azioni di incoming in occasione di Fiere di livello internazionale come SANA.

Buyer e giornalisti canadesi e statunitensi, in particolare, sono presenti a SANA all'interno del progetto "Valorizzazione delle Produzioni di eccellenza" di ICE che prevede incontri con le aziende espositrici e li coinvolge in un programma di visite presso imprese e consorzi del territorio.

### **IL MADE IN ITALY ALL'ESTERO**

Fra i mercati di grande interesse per il bio quello canadese e quello statunitense, ai quali l'Osservatorio SANA-ICE 2016 "Tutti i numeri del Bio" presentato ieri in occasione della giornata inaugurale del Salone ha dedicato un focus..

Dati alla mano, l'interesse per il bio è forte anche oltre oceano. Negli USA la quota di famiglie che negli ultimi 12 mesi ha acquistato in almeno un'occasione un prodotto alimentare biologico è dell'81%, superiore a quella del Canada, dove il tasso è del 76%. Anche il bio Made in Italy riscuote successo nei due mercati (il 10% dei consumatori in USA e il 5% in Canada ha provato almeno una volta i nostri prodotti bio), il bio italiano ha un'ottima reputazione con potenziale ancora inespresso (pochi gli acquirenti effettivi).

In ottica di esportazione e internazionalizzazione, è importante sapere che per il consumatore USA, l'Italia è il primo nella classifica dei Paesi che producono i prodotti alimentari biologici di migliore qualità: lo pensa un terzo degli americani, il 15% dei canadesi.

Oltre l'80% dei consumatori statunitensi e canadesi sono interessati ai prodotti bio Made in Italy: quelli con il maggior potenziale sono la pasta (37%), olio extra vergine (31%), formaggi (27%), passate e condimenti a base di pomodoro (16%), vino (15%).

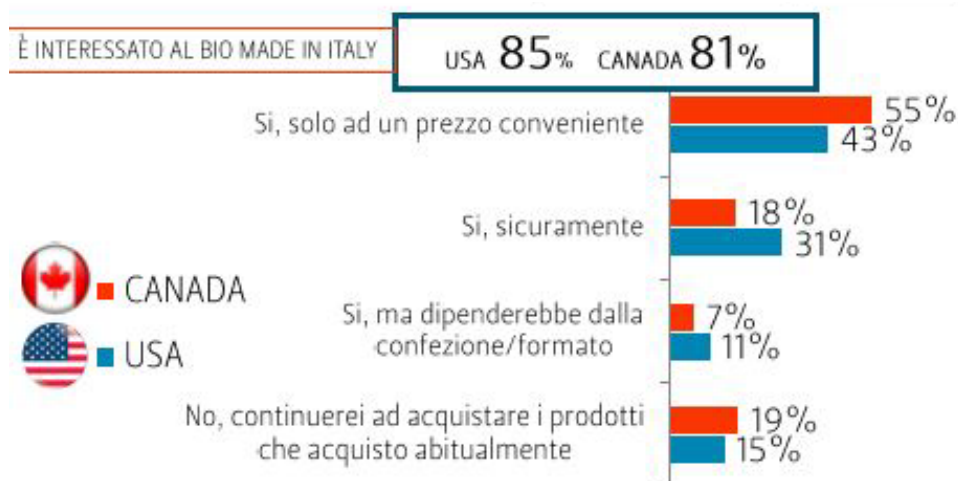
È l'estero in generale a rappresentare un bacino di grande interesse: l'export cresce addirittura del +408% rispetto al 2008 (contro il +40% dell'export agroalimentare totale) e del +16% rispetto a un anno fa.

Stando ai dati disponibili, l'Italia, con 1.420 mln € (1.650 nel 2015) è il secondo paese al mondo per fatturato estero bio food.

Ultima nota, il profilo: Il consumatore USA del Made in Italy bio è giovane (18-35 anni), ha un'istruzione universitaria e un reddito sopra i 70.000 \$ annui.

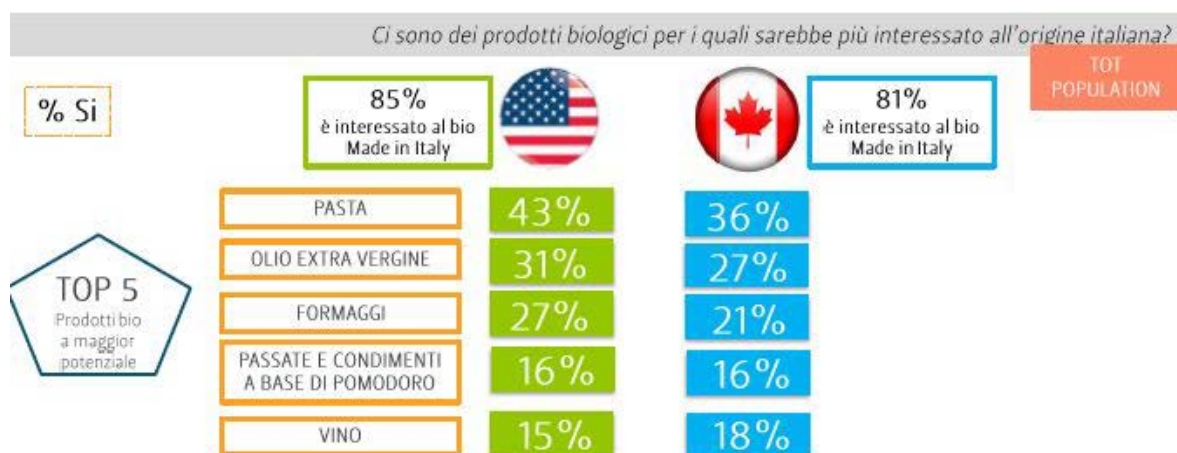
L'Osservatorio è promosso e finanziato da ICE in collaborazione con BolognaFiere e realizzato da Nomisma, con il patrocinio di FederBio e AssoBio.

### INTERESSE POTENZIALE VERSO IL MADE IN ITALY BIO



Fonte: Consumer Survey Nomisma per ICE-Sana 2016

### PRODOTTI BIO A MAGGIOR POTENZIALE



Fonte: Consumer Survey Nomisma per ICE-Sana 2016