



31° Salone internazionale del biologico e del naturale  
31st International exhibition of organic and natural products

## INTERNAZIONALITÀ AL SANA:

### PIÙ AZIENDE ESTERE IN FIERA, I DATI DELL'EXPORT BIO, IL FOCUS SU RUSSIA E GIAPPONE

#### BIOLOGICO MADE IN ITALY? SÌ, MA NON SOLO

È a doppio senso la relazione Italia-resto del mondo per il comparto biologico: da un lato, c'è il bio Made in Italy molto apprezzato oltre confine e ulteriormente valorizzato anche dalla tradizione agroalimentare del nostro Paese – **l'export nel 2018 è cresciuto del 10%** superando i 2 miliardi e 200 milioni di vendite – dall'altro si registra un interesse crescente da parte di produttori esteri per il mercato italiano.

Trend che trova conferma nelle sempre più numerose aziende straniere interessate a partecipare a **SANA**. In questa edizione gli espositori esteri sono aumentati **del 33%** rispetto al 2018. Fra le novità una incisiva presenza di aziende giapponesi, circa 20 produttori del settore food su coordinamento di **JETRO - Japan External Trade Organization**).

Significativo l'impegno di Sana nel **programma di incoming**, organizzato con il supporto di **ITA – Italian Trade Agency**, per incentivare l'incontro tra le aziende espositrici della manifestazione e i buyer delle delegazioni commerciali in visita. 30 i Paesi rappresentati dalla UE ed Extra UE.

L'attenzione all'export si è concretizzata anche attraverso l'Osservatorio Sana 2019, che ha sviluppato una analisi del posizionamento competitivo del bio Made in Italy sui mercati esteri, con due approfondimenti dedicati rispettivamente alla Russia e al Giappone.

#### I MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO

Secondo l'Osservatorio SANA 2019 le imprese italiane del bio hanno come principale sbocco l'Europa, che copre il 77% del fatturato estero realizzato nel 2018.

La Francia è il primo mercato di destinazione per i prodotti agroalimentari bio italiani (22%), seguita dalla Germania (17%).

Altri mercati europei rilevanti per il bio Made in Italy sono la Scandinavia (7%), la Spagna (6%), i Paesi est europei (6%) e il Benelux (6%).

Tra i paesi terzi, emergono invece gli Stati Uniti e il Giappone (6%) e la Cina (3%).

#### I PUNTI DI FORZA DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI

Quali sono le caratteristiche che decretano il successo del bio Made in Italy sul mercato estero? Oltre al rapporto qualità/prezzo (27% delle imprese la indica come prima caratteristica di successo), sicurezza/controlli (23%) e qualità organolettiche (20%) sono il biglietto da visita del nostro bio.

Sono considerati elementi di successo anche la reputazione (apprezzamento, affidabilità) associata ai brand delle nostre aziende (15%), la presenza di certificazioni aggiuntive (DOP, IGP) e la capacità di offrire prodotti/ricette innovativi (5%).

#### GLI OSTACOLI DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI

Secondo le aziende italiane, gli aspetti che rappresentano i maggiori ostacoli alla vendita dei propri prodotti bio all'estero sono le normative/burocrazie locali (percepite come ostacolo dal 46% delle imprese) e i vincoli doganali/tariffari/logistici (37%), mentre gli aspetti che destano meno preoccupazione sono le caratteristiche strettamente legate al prodotto, la capacità di riscossione dei crediti all'estero e la capacità



**BolognaFiere spa**  
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia  
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004  
bolognafiere@pec.bolognafiere.it  
Capitale sociale € 106.780.000,00 i.v.  
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

**Show Office**  
Via Alfieri Maserati, 16 - 40128 Bologna  
Tel. +39 051 282111  
Fax +39 051 6374031  
sana@bolognafiere.it  
www.sana.it



31° Salone internazionale del biologico e del naturale  
31st International exhibition of organic and natural products

aziendale di offerta. Per le imprese che non esportano, il principale ostacolo è invece rappresentato dai costi logistici (li considerano tali il 56% delle non esportatrici).

### **RUSSIA E GIAPPONE: TRA FATTORI DI SUCCESSO E AREE DI MIGLIORAMENTO**

Focus dell'Osservatorio 2019 i mercati di Giappone e Russia: entrambi con ampi margini di crescita, rappresentano una sfida interessante per il biologico italiano.

I dati di superfici e operatori in Russia evidenziano, al 2017, un balzo in avanti a tre cifre: +108% nelle superfici coltivate a bio (da 315 mila ettari a 657 mila ettari) e +166% nel numero di operatori del settore (da 112 a 186).

Il mercato del bio in Giappone è più rilevante: 1,4 miliardi di euro (1,5% del mercato bio globale). Il consumo annuale pro-capite (11 euro) dimostra ampi margini di crescita. Secondo l'istituto di ricerca Yano il 55% dei punti vendita alimentari presenta un'offerta bio.

Le superfici investite ad agricoltura bio in Giappone sono assai ridotte (meno di 10.000 ettari, lo 0,2% della superficie agricola totale); sono cresciute del +10% dal 2010 al 2016.

Secondo i risultati della survey Nomisma ci sarebbero, quindi, significativi margini di miglioramento per le aziende italiane del bio.

Tra i principali ostacoli alla vendita di produzioni biologiche in Russia si individuano: i vincoli doganali/tariffari/logistici (49%), le normative e burocrazie locali (45%) e i costi di promozione del prodotto (30%). Per quanto riguarda il Giappone, sono invece i costi logistici il primo ostacolo all'export secondo il 45% delle imprese, seguiti ancora una volta, dai costi per promuovere il prodotto (44%) e dai vincoli doganali/tariffari/logistici (34%).

Guardando invece agli elementi di forza: per il 79% e il 61% delle imprese italiane, il primo fattore che decreta il successo delle produzioni biologiche italiane in Russia e in Giappone è l'interesse "a priori" verso i prodotti Made in Italy. Seguono la crescente attenzione dei consumatori verso il bio e i prodotti salutistici (il 40% la indica come fattore di successo per la Russia e il 60% per il Giappone), e la percezione del bio come sinonimo di qualità (40% e 51%) e di sicurezza ambientale (35% e 51%).

#### **Per informazioni**

Ufficio Stampa SANA  
Absolut eventi & comunicazione  
Mariagrazia Lioce - Sara Telaro  
ufficiostampa@absolutgroup.it  
tel. 051 272523 - 340 9214636

#### **Sito internet**

[www.sana.it](http://www.sana.it)

#### Communication and External Relations Manager

Isabella Bonvicini  
Isabella.bonvicini@bolognafiere.it  
tel. 051 282920 – 335 7995370

#### Press Office BolognaFiere

Gregory Picco  
gregory.picco@bolognafiere.it  
tel. 051 282862 - 334 6012743



#### **BolognaFiere spa**

Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia  
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004  
bolognafiere@pec.bolognafiere.it  
Capitale sociale € 106.780.000,00 i.v.  
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

#### **Show Office**

Via Alfieri Maserati, 16 - 40128 Bologna  
Tel. +39 051 282111  
Fax +39 051 6374031  
sana@bolognafiere.it  
www.sana.it