

Comunicato stampa

IL BIO MADE IN ITALY SBARCA IN CINA E SI APRE ALL'E-COMMERCE

La partnership strategica tra BolognaFiere e FederBio offre nuove opportunità alle aziende del bio desiderose di raggiungere il promettente mercato cinese e di allargare il proprio orizzonte al commercio online.

Il biologico italiano ha finalmente una piattaforma per approdare in Cina

Bologna, 9 dicembre 2020 - È stato sottoscritto un accordo tra FederBio Servizi e China Organic Food Certification Centre (COFCC) - principale organismo ufficiale di controllo e certificazione per il bio in Cina, autorizzato dal Ministero dell'Agricoltura della Repubblica Popolare Cinese, attivo anche all'estero con 118 aziende straniere certificate – che apre il mercato cinese alle aziende italiane interessate a espandere il proprio business verso un Paese sempre più attento alla qualità dei prodotti alimentari.

A sostegno delle imprese, per supportarle nelle pratiche per ottenere la certificazione che autorizza la vendita di cibi biologici nel mercato cinese, è stato istituito un desk dedicato presso la sede di FederBio Servizi a Parma.

Questa operazione va contestualizzata nel patto strategico sottoscritto a favore del biologico tra BolognaFiere e FederBio, che punta a sviluppare una vera e propria piattaforma di internazionalizzazione al servizio delle aziende e che prevede il coinvolgimento diretto di ICE-ITA Agenzia, per la promozione e l'internazionalizzazione delle imprese del biologico. L'accordo si prefigge di supportare l'accesso delle imprese nei diversi canali di distribuzione esteri: in questo contesto si inseriscono le numerose missioni che saranno organizzate in collaborazione con ICE-ITA Agenzia di buyer cinesi alle manifestazioni di BolognaFiere (Sana e MarcabyBolognaFiere), dove espongono le imprese leader del bio italiane, per consentire a queste aziende italiane di entrare poi in Cina con i loro prodotti certificati per questo mercato.

“Per primi, in Italia, abbiamo compreso, l'importanza del biologico in termini economici e di visione prospettica per un futuro sostenibile – dichiara Antonio Bruzzone, Direttore Generale di BolognaFiere -. Da oltre trent'anni organizziamo SANA, il Salone internazionale del biologico e del naturale che è momento di confronto per il mercato e partner per il suo sviluppo. Forte anche il nostro impegno a sostegno dell'internazionalizzazione, supportato dall'esperienza di BolognaFiere sui mercati mondiali e, marcatamente, su quelli asiatici in cui abbiamo trasferito alcuni dei nostri eventi leader e in cui operiamo attraverso BFChina, Società del Gruppo dedicata all'organizzazione di eventi e, anche, all'incoming di operatori asiatici. Siamo felici di mettere il nostro know-how a disposizione del biologico e di farlo in partnership con FederBio, con cui abbiamo condiviso questa lunga esperienza. L'accordo siglato da BolognaFiere e Alibaba.com, di cui siamo gli unici partner fieristici a livello mondiale – conclude Bruzzone – è un'ulteriore importante opportunità per le imprese e gli operatori di questo settore in costante espansione”.

“La firma dell'accordo tramite FederBio Servizi – dichiara Paolo Carnemolla, Presidente FederBio Servizi - si inserisce nel quadro della collaborazione strategica con BolognaFiere per la creazione di una piattaforma per la promozione e l'internazionalizzazione del biologico italiano, con l'obiettivo di sostenere e sviluppare

ulteriormente il ruolo dell'Italia nei mercati internazionali più in crescita. Il mercato dei prodotti biologici è regolato da norme e sistemi di certificazione che fuori dall'UE e dagli accordi di equivalenza già sottoscritti necessitano di specifiche competenze e capacità oltre che di relazioni dirette con i sistemi di certificazione in loco spesso complessi e rigorosi, com'è il caso della Cina. Il mercato cinese -prosegue Carnemolla - è una grande opportunità anche per i prodotti biologici italiani, dato che la Cina esporta materie prime ma importa prodotti trasformati certificati con il logo del biologico dell'Ue. Poter dotare anche l'Italia di uno sportello di accesso a quel sistema di certificazione potendo contare sulla sinergia con il sistema di promozione messo in campo da BolognaFiere e da ICE in collaborazione con FederBio è un'azione di sistema più che mai necessaria per favorire la ripresa delle nostre esportazioni"

A supporto concreto delle strategie di internazionalizzazione si inserisce, poi, la partnership recentemente definita fra BolognaFiere e Phenix Exhibitions, che organizza ogni anno a Xiamen la principale manifestazione per il food biologico, la **China International Organic Food Expo (CIOFE)**, appuntamento ormai consolidato per i cibi biologici in generale e che vede una forte partecipazione delle imprese specializzate nell'ortofrutta biologica, comparto per il quale rappresenta la piattaforma ideale di ingresso in Cina: l'evento è stato identificato come prioritario anche da ICE-ITA Agenzia, che ha quindi manifestato l'intenzione di utilizzarlo come piattaforma per la promozione del bio Made in Italy una volta che sarà risolto il problema della pandemia da COVID.

Negli ultimi anni le vendite di bio sul mercato cinese hanno registrato una crescita del 35%, facendolo diventare il secondo mercato in Asia per questo settore, registrando una crescita potenzialmente molto interessante anche all'interno della grande distribuzione, ragione per la quale BolognaFiere ha deciso di lanciare **Marca China**, nuovo progetto il cui esordio è programmato dall'8 al 10 giugno 2021 a Shenzhen, metropoli immersa nella Greater Bay Area della provincia del Guangdong a Sud della Cina. Il nuovo evento presenterà agli operatori cinesi l'ampia offerta italiana di prodotti bio per proporre l'utilizzo a marca privata alla nascente grande distribuzione organizzata cinese: le imprese cinesi che apprezzeranno l'offerta italiana saranno poi invitate ad approfondirne la conoscenza a Bologna, dove ogni anno si tiene la manifestazione specializzata MarcabioBolognaFiere. La GDO è un canale strategico in Cina ed è in una fase importante di evoluzione, sempre più attento alle esigenze dei consumatori cinesi, molto sensibili al tema della sicurezza alimentare e quindi anche ai cibi biologici di qualità come quelli made in Italy.

Sempre in Cina, in contemporanea a **Marca China**, nel quartiere fieristico di Shenzhen, si terrà **Wine to Asia 2021** un nuovo evento che sarà l'occasione per monitorare i trend emergenti del settore Wine in Cina e nei mercati asiatici ed espletare ulteriori sinergie sui visitatori.

Con questi due prodotti fieristici nel palinsesto promozionale (CIOFE Xiamen e MARCA China Shenzhen) si offre alle imprese italiane del settore una duplice possibilità di ingresso in Cina, che si potrà concretizzare una volta ottenuta la certificazione per questo mercato, che BolognaFiere e Federbio rendono più agevole grazie all'accordo appena siglato con COFCC. Oltre a operare con la grande distribuzione cinese e ad accedere ai tradizionali punti di vendita fisici del biologico, il progetto prevede di aiutare le imprese a inserirsi all'interno delle piattaforme di commercio online, che saranno sempre più presenti a questi appuntamenti fieristici.

I marketplace on line in Asia stanno sviluppandosi con tassi di crescita a doppia cifra: basti pensare che, complice il lockdown imposto dalla pandemia, nel solo primo trimestre del 2020 l'aumento delle vendite online del settore alimentare ha raggiunto in Cina il +32,7%.

L'esigenza di un approccio multicanale non riguarda in verità solo il mercato cinese, dato che l'exploit dell'e-commerce e l'integrazione tra il canale fisico e quello digitale rappresentano una necessità che ricorre in tutti i mercati mondiali. A questo proposito, FederBio e ICE-ITA Agenzia sono già promotori di iniziative per creare

nuove opportunità alle aziende che vogliono accedere al commercio on-line, come ad esempio la partnership che ICE ha in essere con Amazon e la sua vetrina del Made in Italy.

Si inserisce in questo contesto anche l'organizzazione di webinar di approfondimento per gli operatori del settore. Il prossimo (organizzato da BolognaFiere in collaborazione con FederBio e ICE-ITA) si terrà il 9 dicembre (ore 15) e sarà dedicato a "**Internazionalizzazione del Bio made in Italy: Focus Stati Uniti**". Sarà l'occasione per presentare la Piattaforma ITA.BIO e confrontarsi su: dimensioni e posizionamento del biologico italiano sui mercati internazionali, con un focus particolare sugli Stati Uniti; opportunità e percorsi di promozione del Bio italiano negli USA con strategie digital e presentazione di alcune esperienze di successo.

Da metà ottobre è inoltre venuto in sostegno dell'internazionalizzazione del comparto bio italiano un ulteriore accordo di collaborazione sottoscritto tra BolognaFiere e Alibaba.com, che ha messo in sinergia le piattaforme fieristiche di BolognaFiere (in particolare il SANA) con la piattaforma del leader mondiale del commercio online B2B **Alibaba.com**, dove operano quotidianamente oltre 26 milioni di buyer, attivi in 190 paesi del mondo.

BolognaFiere e Alibaba.com per consentire alle imprese di conoscere in dettaglio le opportunità commerciali attivate dell'accordo, hanno messo in pista una serie di incontri tematici, dedicati alle differenti filiere. Dopo il primo webinar per il settore Salute&Benessere (tenutosi il 25 novembre), il 9 dicembre (alle ore 11) è previsto l'incontro per la filiera Food&Beverage e, a seguire, altri appuntamenti.