Gli Emirati Arabi si innamorano del bio made in Italy

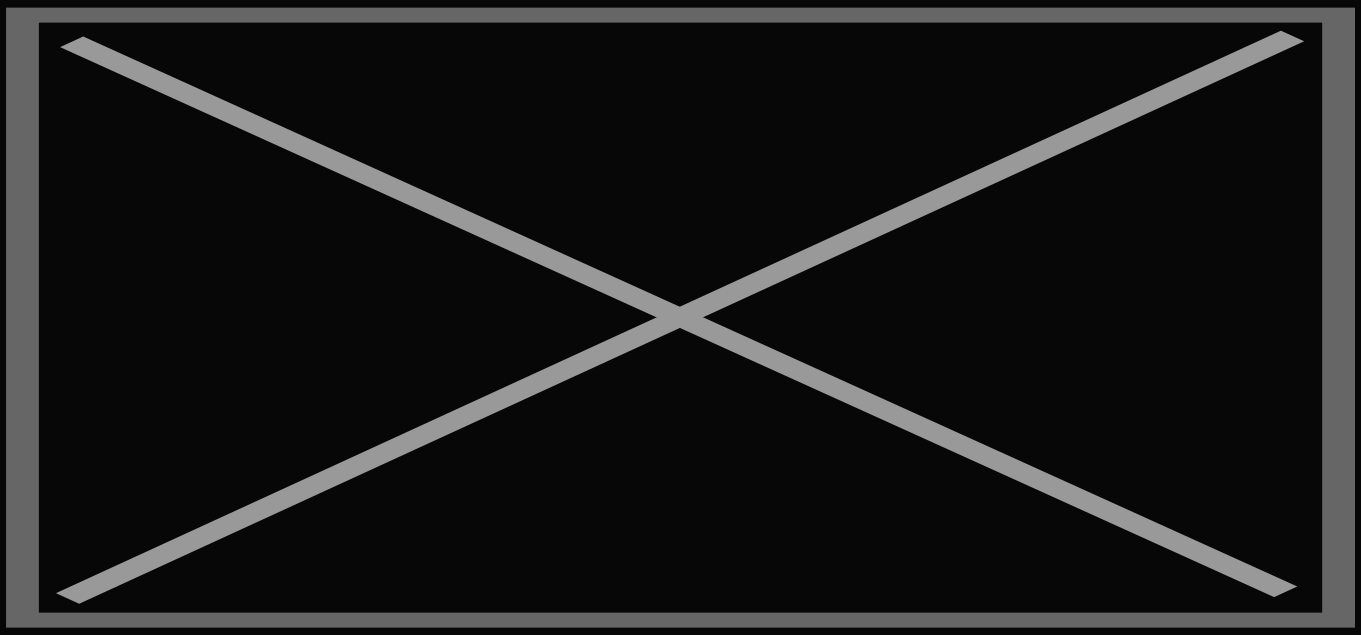
emirati-arabi-72429d8a

Un mercato ad alto potenziale per il nostro bio Made in Italy: gli Emirati Arabi si posizionano al terzo posto a livello mondiale per crescita prevista del BIO, con tasso medio annuo delle vendite pari al 13,3% per i prossimi 3 anni.

È quanto emerge dal quarto forum **ITA.BIO**, la piattaforma di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy curata da **Nomisma** e promossa da ICE Agenzia e **FederBio**.

IL RUOLO DELL'EXPORT NEL BIO MADE IN ITALY

Risultati che si inquadrano in una generale performance positiva dell'export agroalimentare biologico: nel 2021 le vendite di prodotti agroalimentari italiani bio sui mercati internazionali hanno **sfiorato i 3 miliardi di euro**, mettendo a segno una crescita del +11% (anno terminante luglio 2021) rispetto all'anno precedente, in linea rispetto all'export agroalimentare nel complesso (+10% gen-lug 2021-20). Riconoscimento del **bio Made in Italy** sui mercati internazionali testimoniato anche dalla crescita di lungo periodo (+156% rispetto al 2009) e dalla quota di export sul paniere Made in Italy (6% sull'export agroalimentare italiano totale).



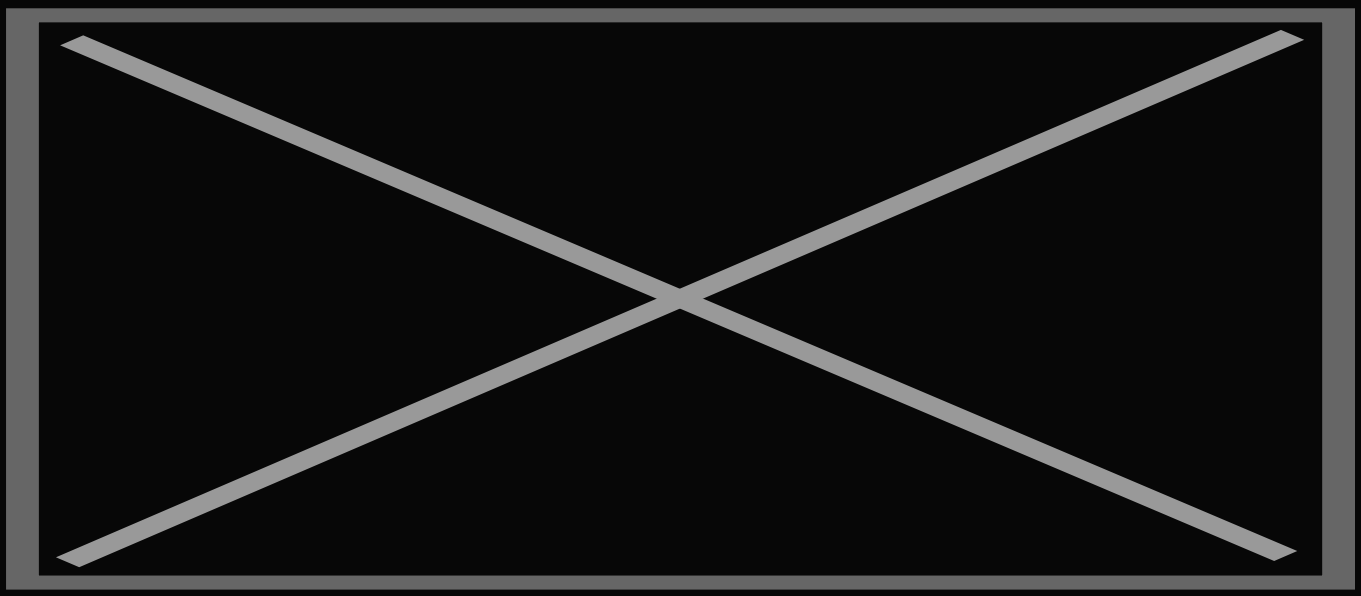
I NUMERI CHIAVE DEL BIO NEGLI EMIRATI ARABI

Gli Emirati Arabi si mostrano un mercato ancora **work in progress per il biologico**, con numeri chiave che segnalano la forte attrattività per le imprese italiane. A causa della morfologia del territorio (il 97% della superficie è desertica), il Paese può contare solo su 4,6 mila ettari coltivati secondo il metodo biologico nel 2019 secondo FiBl (+1189% dal 2010) e 102 produttori (erano solo 2 nel 2010). Crescita che si registra anche per le vendite dei prodotti bio: +39% nel 2019 rispetto al 2016, per un totale di 27,9 milioni di dollari (solo 0,06% della domanda globale di bio).

Anche la spesa pro-capite per prodotti biologici in Emirati Arabi non è consistente (nel 2019 era ferma a 2,94 $, **dimensioni ridotte che escono dal confronto con i dati di altri mercati**, ad esempio, i 59€ dell'Italia o i 136 € degli USA). Numeri bassi che non devono essere però interpretati come scarso interesse per la categoria: ampia è infatti la dimensione del carrello healthy&wellness, dove il bio rappresenta solo l'1,5% del totale. Cifre, dunque, ancora piccole ma di prospettiva, sia per le previsioni (con un valore CAGR del +13,3% per il periodo 2019-2024) che per il forte cambiamento in

atto nel mercato in relazione agli stili alimentari.

Le prospettive sono da ricondurre ad una **crescita costante del reddito medio della popolazione**, ma anche e soprattutto ad un cambiamento graduale verso uno stile di vita più sano da parte della popolazione, dove la quota di stranieri (90%) rappresenta un altro elemento di attrattività. Consapevolezza che era già in fase di sviluppo grazie ai numerosi programmi del governo locale per combattere obesità (superiore al 30%) e malattie cardio vascolari, ma che è cresciuta nettamente con la pandemia. **I cambiamenti nelle abitudini di consumo** hanno portato 1 emiratino su 2 a prestare maggiore attenzione a ciò che mette nel carrello. Il 16% ha iniziato a consumare bio dall'inizio dell'emergenza sanitaria, ma complessivamente è pari al 53% la quota di chi ha incrementato la spesa in bio, grazie ad una maggiore informazione e una migliore educazione sui benefici e sulle garanzie del consumo di prodotti biologici.

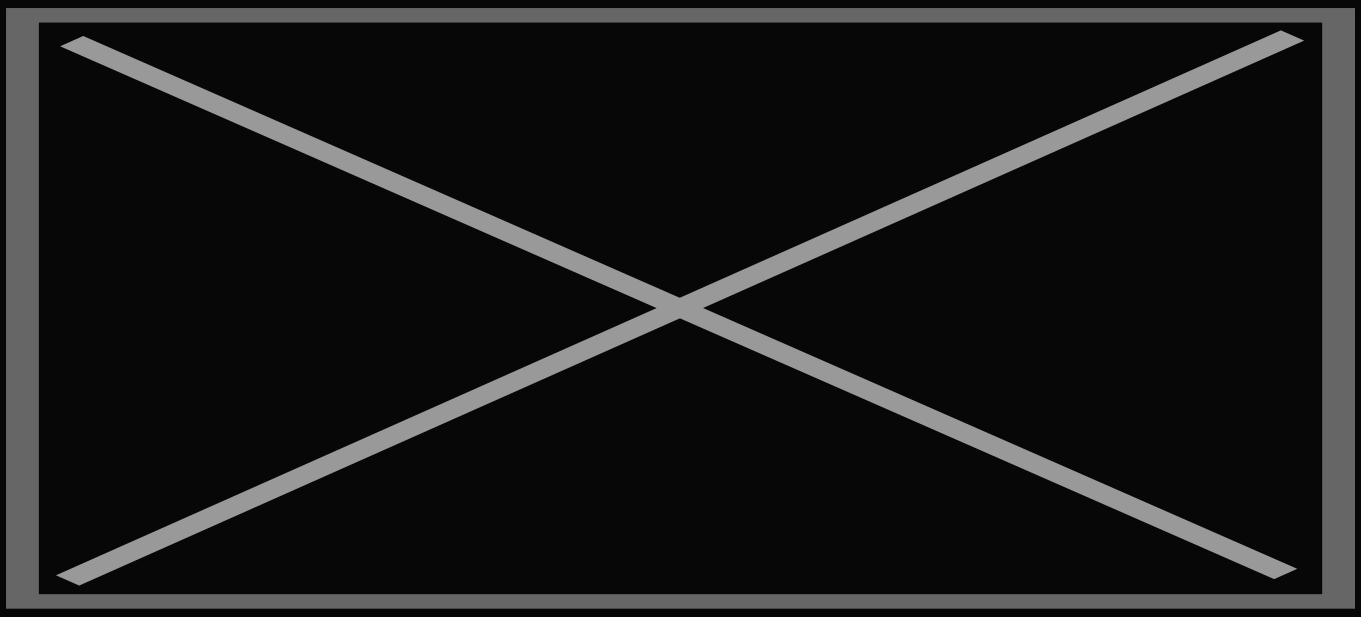


IL CONSUMATORE BIO NEGLI EMIRATI ARABI

I dati della consumer survey di Nomisma rilevano una buona diffusione del bio tra i cittadini emiratini: più di 1 famiglia su 2 (53%) ha consumato un prodotto biologico nel corso degli ultimi 12 mesi. La diffusione del bio è **ancora più evidente** nelle famiglie con reddito alto e tra gli under 45 (rispettivamente 57% e 56%). Altri target in cui è molto forte il richiamo del bio è quello dei turisti (63% acquista bio tra chi è stato in Italia negli ultimi 5 anni) e quello dei nuclei familiari in cui sono presenti bambini in età pre-scolare, qui il tasso di penetrazione raggiunge il 58%.

Sicurezza alimentare (espressa dal 63% degli organic user), fiducia nella qualità del prodotto (56%) e attenzione all'ambiente (50%) sono le principali motivazioni per cui i consumatori scelgono le garanzie del biologico. La presenza del marchio biologico non è l'unico aspetto che il consumatore guarda

quando sceglie i prodotti bio da mettere nel carrello: il fatto che il prodotto biologico sia confezionato in un packaging eco-friendly e che sia stato realizzato in coerenza del rispetto ambientale sono fattori decisivi per l'acquisto per il 27% dei consumatori. Fondamentali anche la marca (del produttore per l'11% e private label per il 9%), l'origine (il 17% preferirebbe un prodotto bio fatto in EAU) e, infine, il prezzo (il 17% verifica la presenza di promozioni).

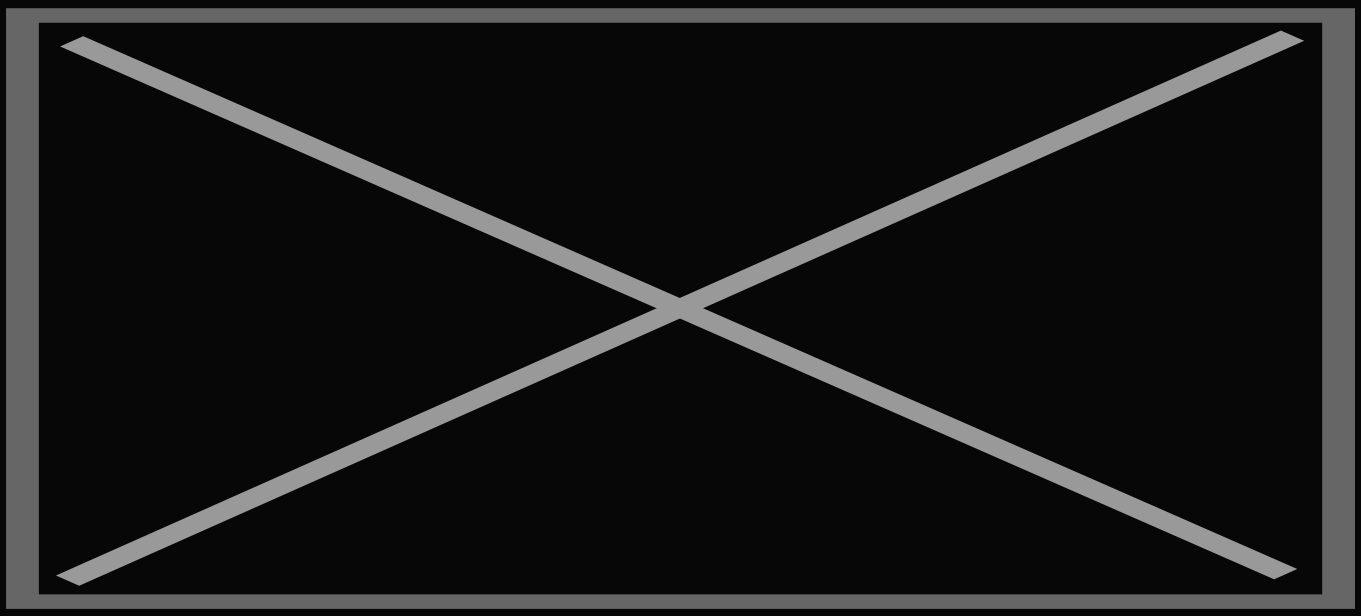


IL MADE IN ITALY BIO PER IL CONSUMATORE EMIRATI ARABI

La percezione dei consumatori emiratini relativamente ai nostri prodotti alimentari è **assolutamente positiva**, tanto che l'Italia si posiziona al terzo posto nella classifica dei paesi con prodotti alimentari di maggiore qualità (13% indica Italia). Anche nel bio siamo sul podio: **l'11% vede il bio Made in Italy migliore di quello di altri Paesi**, ci superano solo Arabia Saudita (21%) e USA (16%). Il posizionamento è alto nel percepito ma la disponibilità a scaffale non è elevata (lo rileva un terzo di chi oggi non ha ancora assaggiato il nostro bio) e quindi se ne conoscono poco anche le caratteristiche distintive (35% dei non users Made in Italy bio).

Per questi motivi, **il tasso di penetrazione del bio Made in Italy è relativamente basso** (8%), ma gli emiratini mostrano un elevato interesse nei prodotti biologici italiani: l'82% comprerebbe un nostro prodotto bio se lo trovasse presso i canali d'acquisto abituali. Gli "indecisi" sarebbero incentivati ad acquistare un nostro prodotto bio in virtù delle sue proprietà nutrizionali e dei benefici che porta alla salute. Altre leve per il Made in Italy bio sono sicuramente le informazioni di dettaglio del prodotto, come l'utilizzo in cucina e informazioni presenti nell'etichetta, fondamentali per coinvolgere il 27% degli attuali incerti.

Il prezzo è un fattore rilevante per un quarto dei consumatori, tuttavia, l’80% si rende **disponibile a pagare di più per avere un prodotto bio con la garanzia del Made in Italy**. Le categorie alimentari per cui la qualità biologica e l’italianità sono un binomio vincente negli Emirati Arabi sono l’ortofrutta fresca, i latticini e i condimenti (olio extravergine di oliva e aceto); la pasta è in assoluto il prodotto bio per cui l’origine italiana é/sarebbe più importante. Il futuro è Bio: più di 1 Emiratino su 2 intende accrescere l’attenzione sulla salute e sulla qualità del cibo che consuma, per far questo la spesa dei prodotti biologici aumenterà per il 48% dei consumatori.



"Il webinar organizzato per il mercato biologico negli Emirati Arabi chiude una serie di appuntamenti virtuali previsti dal progetto ITA.BIO che hanno riscontrato, sin dal primo focalizzato sugli Stati Uniti, un ottimo risultato sia in termini di aziende del settore partecipanti, sia rispetto all'effettiva utilità e validità delle informazioni condivise da parte di esperti ed operatori del settore nei mercati presi in esame. – spiega **Anna Flavia Pascarelli**, Dirigente Ufficio Agroalimentare & Vini Agenzia ICE. *Tali risultati confermano l'interesse del progetto ITA.BIO, in collaborazione tra l'Agenzia ICE, FederBio e Nomisma, e l'efficacia della relativa piattaforma digitale quale strumento a supporto del Made in Italy e, nello specifico, dei prodotti biologici italiani. Si tratta di un settore in cui hanno assunto un ruolo fondamentale proprio quelle tematiche di innovazione e digitalizzazione come mezzo per affermare il potenziale e l'attrattività di tale comparto nei confronti dei principali mercati esteri."*

“I mercati esteri rappresentano un’importante opportunità di sviluppo per le aziende italiane dell’agroalimentare biologico. In particolare, gli Emirati Arabi, che attualmente presentano percentuali di vendite marginali, ma si collocano al terzo posto a livello mondiale in termini di crescita prevista nel segmento biologico. Con la Piattaforma ITA.BIO intendiamo fornire alle imprese italiane che vogliono

incrementare il posizionamento in questo mercato un supporto concreto che fornisce informazioni e contatti utili per orientare le strategie commerciali. Questo è reso possibile dal lavoro di analisi dei mercati svolto in collaborazione con Nomisma e grazie al sistema ICE e a un desk dedicato attivato da FederBio. Il contributo di ITA.BIO diventa particolarmente rilevante considerando che il comparto biologico è regolato da norme e sistemi di certificazione che, fuori dall'Ue e dagli accordi di equivalenza già sottoscritti, necessitano di specifiche competenze, oltre che di relazioni dirette con i sistemi di certificazione locali", sottolinea **Paolo Carnemolla**, Segretario Generale di FederBio.

"Sostenibile, sicuro, biologico, sano: anche negli Emirati Arabi si confermano i trend di consumo in atto a livello globale. La pandemia e i programmi istituzionali volti a contrastare gli effetti negativi di una scorretta alimentazione hanno acceso i riflettori su queste parole chiave e, in tutto ciò, – spiega **Evita Gandini**, Project Manager Nomisma S.p.A. - *il Made in Italy è un'eccellenza che il consumatore emiratino riconosce".*

"Grazie agli strumenti di Market Intelligence e Consumer Insight di Nomisma – spiega **Silvia Zucconi**, Responsabile Market Intelligence Nomisma S.p.A. *– è stato possibile evidenziare su questo mercato complesso e molto dinamico dati, informazioni e strumenti utili al corretto posizionamento dei nostri prodotti biologici. Ancora una volta ITA.BIO si conferma un punto di riferimento per le imprese italiane interessate ad esportare i propri prodotti biologici all'estero".*