



THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

Il Mercato dei prodotti
Agroalimentari Biologici in
AUSTRALIA

INCOMING OPERATORI ESTERI AL
SANA

Bologna
12 | 15 settembre 2015

INDICE

Introduzione	3
Il contesto internazionale	3
Il mercato australiano	5
Analisi dei consumi	7
Il sistema distributivo.....	8
Accesso al mercato	8
Promozione	10
Siti Utili	11
Bibliografia	12

Introduzione

Questa nota settoriale copre l'analisi del settore alimentare biologico in Australia, i recenti sviluppi e le previsioni di mercato. Con il termine prodotti alimentari biologici si intendono i prodotti alimentari che sono certificati da enti indipendenti, in quanto realizzati senza l'utilizzo di sostanze chimiche. Il termine italiano biologico e il termine inglese "organic" sono equivalenti, ma è da tenere presente che in Italia veniva a volte utilizzato il termine organico per definire prodotti per i quali il produttore assicura di non usare sostanze chimiche, ma non possiede tutti i requisiti legali di certificazione indipendente necessari per definire il prodotto come biologico.

In Australia il settore è rapidamente in crescita e l'interesse dei consumatori australiani è considerevolmente in aumento.

Il contesto internazionale

Il mercato mondiale dell'alimentare organico è aumentato del 9.3% nel 2014, raggiungendo un fatturato complessivo pari a 84.2 miliardi di US\$ (63.4 mld di Euro), evidenziando un tasso di crescita media del 9.4% nel periodo 2010-14.

Year	\$ million	€ million	Growth
2010	58,766.2	44,218.4	
2011	64,176.9	48,289.6	9.2%
2012	70,270.3	52,874.5	9.5%
2013	77,123.0	58,030.8	9.8%
2014	84,281.0	63,416.8	9.3%

Fonte: MarketLine 2014, "Global Organic Food"

L'industria è molto frammentata e non emergono aziende con significative quote di mercato a livello globale, sebbene per alcune categorie specifiche e per alcuni paesi si registrino livelli di concentrazione più elevata.

Tipologie di prodotto

Categoria	US \$ mln (2014)	%
Ortofrutta	30,125.4	35.7%
Cibi preparati	15,901.9	18.9%
Prodotti lattiero-caseari	14,652.4	17.4%
Bevande	8,471.1	10.1%
Pane & cereali	8,276.9	9.8%
Carne, presce, pollame	6,853.2	8.1%

Fonte: MarketLine 2014, "Global Organic Food"

Il settore ortofrutticolo rappresenta il più largo segmento a livello mondiale, con una quota di mercato del 35.7%. A seguire i cibi preparati e i prodotti lattiero-caseari con percentuali rispettivamente del 18.9% e 17.4%.

Il maggiore paese consumatore sono gli Stati Uniti, con una quota pari al 42.6% del totale mondiale, segue l'Europa (inclusa la Russia) con una quota del 41.3%.



Distribuzione geografica

Da notare come al momento Stati Uniti e Europa (i mercati più sviluppati) coprano circa l'84% del totale, seguiti dal 10% circa dell'Asia-Pacifico.

In particolare per quanto riguarda il settore alimentare mentre l'industria tradizionale ha subito gli effetti della crisi finanziaria mondiale, il settore alimentare biologico non sembra averne risentito. Le vendite globali di prodotti organici hanno evidenziato crescite a due cifre negli anni 2006-2008 e durante la crisi finanziaria del 2008-2009 il settore ha evidenziato comunque una crescita del 7.1% per tornare tra il 2001 e il 2012 a +9%.

Previsioni

Si prevede che il mercato mondiale del biologico alimentare raggiunga un valore complessivo nel 2015 pari a 130 mld USD (98 miliardi di Euro), in aumento del 55% in termini assoluti rispetto al 2014, con un tasso di crescita annuo composto del 9.2% nel periodo 2014-19, ben superiore al tasso di crescita previsto per il settore alimentare tradizionale.

Year	\$ million	million	Growth
2014	84,281	63,416.8	9.3%
2015	92,480.1	69,586.2	9.7%
2016	101,614	76,459	9.9%
2017	111,092	83,590.7	9.3%
2018	120,794.2	90,891.1	8.7%
2019	130,645.0	98,303.9	8.2%
Variaz. % 2014-2019			9.2%

Fonte: MarketLine 2014, "Global Organic Food"

Infatti a causa dei postumi della crisi finanziaria internazionale e della recessione in Nord America e In Europa il consumo di prodotti alimentari tradizionali e' previsto in flessione. La vendita mondiale di prodotti alimentari per bambini e' prevista in forte aumento data la crescente attenzione da parte del consumatore verso la sicurezza alimentare di tali prodotti. Per questo i prodotti per l'infanzia, incluso il latte in polvere, che hanno evidenziato una crescita nel decennio fino al 2014 del 7%, continueranno a crescere su tali livelli anche nel breve-medio termine.



Il mercato australiano

Il settore biologico australiano, considerando prodotti sia di natura alimentare che non, ha raggiunto complessivamente un fatturato nel 2014 pari a AUD\$ 1,72 miliardi (Euro 1,15 mld), evidenziando un tasso di crescita media annua nel periodo 2009-2014 pari al 15%.

Valore dell'industria biologica in Australia

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2009-14
Valore \$Mln	845	1,042	1,156	1,276	1,467	1,728	-
Variaz. %	-	23	11	11	15	18	15.4

Fonte: Organic Federation of Australia Report 2014

La crescita del mercato australiano e' superiore anche alla media mondiale dato che nello stesso periodo 2009-2014 il mercato organico alimentare mondiale e' cresciuto solo del 7.7%. L'industria biologica australiana ha inoltre evidenziato una performance piu' che positiva rispetto agli altri settori manifatturieri, confermandosi uno dei settori industriali del paese con maggiore crescita.

Valori per sottosectori dell'industria biologica australiana nel 2014

	% total organic market	Total	Retail	Processing	Production	Export	Import	Var. % 2012-2014
Food and beverages								
DAIRY	22.3	378,48	325,49*	264,94	113,54	52,99	18,92	18
MEAT	16.2	274,22	164,53	191,95	82,26	109,69	n/a	20
FRUIT AND VEGETABLES	11.9	234,22	210,03	141,13	122,23	24,19	47,32	13
PROCESSED FOOD	11.6	196,80	118,08	137,76	59,04	n/a	n/a	6
GRAINS	7.8	132,84	122,21	92,99	39,85	10,63	79,70	20
WINE AND BEVERAGES	6.9	117,41	91,58	82,19	35,22	25,83	n/a	14
OIL CROPS	0.6	10,77	8,61	7,54	3,23	2,15	n/a	10
POULTRY MEAT AND EGGS	4	67,55	64,18	47,29	20,26	3,38	n/a	-10 (meat) +9 (eggs)
Other								
GARDENING AND FARM INPUTS	2.9	49,57	47,09	34,70	14,87	2,48	n/a	10
COSMETICS / PERSONAL CARE	1.9	32,30	19,38	22,61	9,69	12,92	n/a	10
WOOL, COTTON AND TEXTILES	2	3,15	2,83	2,20	0,95	0,31	n/a	10
OTHER ORGANIC PRODUCTS	8.4	230,35	213,80	161,25	69,10	16,55	879	10
TOTAL	100	1,727,67	1,387,83	1,186,54	570,261	339,840	225,547	16

Valori espressi in Mln AUD \$

Fonte: Organic Federation of Australia Report 2014



Il mercato dei prodotti agroalimentari biologici in Australia

Nonostante la rapida crescita del numero di fattorie biologiche in Europa e Nordamerica la produzione non è però aumentata abbastanza velocemente per soddisfare la domanda. Come conseguenza gli Stati Uniti e l'Europa sono i principali mercati di destinazione dell'export australiano di prodotti alimentari biologici seguiti da Singapore/Malaysia, Hong Kong e Giappone. I principali prodotti esportati sono:

1. Carne
2. Cibi preparati
3. Prodotti lattiero/caseari
4. Vino e bevande
5. Ortofruttura

Complessivamente il valore delle esportazioni biologiche australiane nel 2014 è ammontato a 340 milioni AUD, più che raddoppiando rispetto al 2012 quando si era assestato su 126 mln AUD.

La posizione geografica australiana rende gli sviluppi del settore alimentare organico particolarmente interessanti in prospettiva delle esportazioni. L'opposizione delle stagioni rispetto ai mercati di maggiore consumo d'Europa e Nord America, considerato il non utilizzo di colture OGM o sostanze chimiche per stimolare la crescita in altre stagioni, rendono il mercato australiano particolarmente interessante per il settore agroalimentare.

Rispetto al consumo alimentare totale australiano i prodotti biologici detengono una quota del 5% del mercato, ma a seguito della forte domanda dei consumatori, stanno occupando uno spazio sempre più grande all'interno della gamma di prodotti offerti nei punti vendita. L'incremento di popolarità per i prodotti biologici è chiaramente visibile anche negli allevamenti di carne biologica, un mercato il cui fatturato è ammontato nel 2014 a ca. 240 mln AUD, con un incremento medio annuo nel periodo 2010-15 del 19.1% e una stima di crescita del 7.4% annuo nel quinquennio 2015-20. Il 45.8% degli allevamenti di pollame biologico sono nel Queensland, seguiti dal 23.2% nel New South Wales.

Anche l'agricoltura biologica è decisamente in crescita, con un fatturato nel 2014 pari a 265 mln. e un tasso medio annuo di crescita dell'11% nel periodo 2010-15 e un incremento medio annuo dell'8.6% anche per il periodo 2015-20. La divisione a livello geografico all'interno dell'Australia è qui meno marcata, con una produzione pari al 28.4% nel New South Wales, al 23.6% in Victoria e al 23.4% nel Queensland.

Il mercato organico è altamente frammentato in Australia ed uno spazio crescente lo stanno occupando i marchi di Private Label come si desume dalla tabella di seguito riportata che evidenzia i principali operatori e le relative quote di mercato nel periodo 2009-2014.

Azienda	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Lactalis, Groupe	-	-	8,20	9,30	9,30	8,40
Tasmanian Pure Foods Group	1,30	1,90	2,30	3,00	5,30	7,40
Five AM Life Pty Ltd	-	-	0,30	0,90	3,80	5,80
Australasian Conference Association Ltd	1,10	1,00	0,90	1,80	2,50	3,70
Freedom Foods Group Ltd	1,30	1,90	1,90	2,30	2,90	3,10
Bill's Organic Breads	1.00	1.00	0.90	1.30	2.70	2.80
Totale aggregato delle Private Label	5,30	5,70	8,10	11,90	13,50	17,50

Fonte: Euromonitor 2015, "Health and Wellness: Organic by Company"

In definitiva si evidenzia un grande potenziale di crescita per il settore organico (alimentare e non) in Australia dato che al momento pesa meno dell'1% del settore tradizionale, mentre in Danimarca ha raggiunto l'8%, il 3% in Germania e il 4% negli USA. Se dovesse raggiungere il 3% in Australia, il mercato potrebbe espandersi fino a superare i 5 miliardi AUD.



Analisi dei consumi

Ogni anno l'Organic Federation of Australia effettua una indagine di mercato presso un campione di consumatori, di età compresa tra i 18 e i 65 anni, per analizzare le abitudini di acquisto nei confronti dei prodotti biologici.

Dall'indagine effettuata nel 2014 emerge che i consumatori prima di tutto preferiscano un facile accesso ai prodotti, acquistando principalmente nei supermercati. L'incremento delle vendite di prodotti biologici nel 2014 è anche conseguenza di una loro maggiore disponibilità presso le grandi catene.

"Free from" e "environmentally friendly" riassumono i benefici principali percepiti nell'acquisto biologico, nel dettaglio secondo il seguente ordine di importanza:

- > Assenza di sostanze chimiche
- > Assenza di additivi
- > Vantaggi ambientali
- > Assenza di ormoni e antibiotici

Per quanto riguarda le motivazioni all'acquisto principalmente ci sono la consapevolezza degli effetti che il cibo ha sulla salute (49%), la difesa dell'ambiente (32%), la salute degli animali (25%) o per ragioni medico-sanitarie (16%).

Il sondaggio evidenzia però una certa confusione da parte dei consumatori su cosa sia organico e cosa non lo sia. Il 64% si affida alla dicitura "organic" nel nome del prodotto, il 34% al logo di certificazione, il 26% al negozio in cui viene acquistato e il 13% se il rivenditore afferma sia biologico.

Benefici percepiti

Beneficio	% 2014	% 2012
Assenza sostanze chimiche	80	79
Assenza additivi	77	77
Benefici ambientali	68	67
Assenza antibiotici e ormoni	60	62
Free range	57	New
Non geneticamente modificato	57	55
Sapere da dove proviene	48	48
Più nutriente	45	47
Miglior sapore	43	42
Trattamento animali non crudele	39	New
Protegge e incoraggia la fauna	38	36
Migliora il benessere animale	37	36
Nutrito in libertà	32	New
Prezzi e salari equi per allevatori	32	30
Riduzione del land fill	31	33
Recupero terreno per le coltivazioni future	30	31
Pescato in maniera sostenibile	30	New
Migliore qualità per bambini	27	30
Riduzione impatto ambientale ed emissioni	21	19
Più resistenza ai cambiamenti climatici	20	19

Fonte: Organic Federation of Australia - Report 2014



Il mercato dei prodotti agroalimentari biologici in Australia

Il sondaggio non evidenzia rilevanti differenziazioni geografiche, di età o di genere tra gli acquirenti di prodotti biologici.

La maggior parte dei consumatori (44% del campione analizzato) riserva circa il 5% del proprio budget per le spese alimentari nell'acquisto di cibo biologico. Una minoranza particolarmente sensibile in materia, e pari al 10%, riserva invece fino al 40% del proprio budget per i prodotti biologici.

Il sistema distributivo

I prodotti alimentari organici vengono principalmente distribuiti in Australia in negozi (92% del totale) e solo una minoranza viene venduta tramite altri canali (8%).

A seguire il dettaglio dei canali di distribuzione e relative quote di mercato nel periodo 2009-14.

Punto vendita	Tipologia	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Supermercati	Fisico	34,00	36,50	40,20	43,90	45,40	47,20
Discounters	Fisico	1,40	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Convenience Stores	Fisico	3,80	3,30	3,30	3,30	3,30	3,30
Piccoli negozi indipendenti	Fisico	14,70	15,10	15,10	15,10	15,00	14,90
Forecourt Retailers	Fisico	1,90	1,60	1,60	1,60	1,60	1,50
Altri negozi alimentari	Fisico	36,70	34,50	30,80	27,00	25,50	23,90
Rivenditori non alimentari	Fisico	0,60	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Distributori automatici	Altri canali	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
Home shopping	Altri canali	1,70	1,50	1,50	1,50	1,60	1,60
Vendita on line	Altri canali	3,30	3,40	3,50	3,50	3,50	3,50
Direct Selling	Altri canali	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60

Fonte: Euromonitor 2015, "Organic distribution in Australia"

Emerge che i canali di distribuzione sono concentrati essenzialmente nelle prime tre voci: supermercati, altri negozi alimentari e piccoli negozi che assorbono l'86% della distribuzione. Il sistema distributivo in generale in Australia è caratterizzato da una delle maggiori concentrazioni di mercato al mondo, il duopolio delle due catene - Woolworths and Coles - dominano la Grande Distribuzione Organizzata. Nel 2014 rispetto al 2013 c'è stato un ulteriore incremento nella centralizzazione delle vendite verso le grosse catene di supermercati (+4%), principalmente a discapito della voce "Altri negozi alimentari" (-6.3%). Gli altri canali di distribuzione si sono mantenuti praticamente costanti, con lievi variazioni in negativo per "Forecourt retailers" e piccoli negozi indipendenti.

Accesso al mercato

Standard Australiani

I prodotti alimentari organici a partire dal 2009 sono soggetti a particolari standard dettagliati nel The Australian Standard for Organic and Biodynamic Products AS 6000-2009, introdotti su richiesta di Organic Federation of Australia da parte dei gruppi interessati, inclusi i



produttori, rivenditori, consumatori e legislatori.

Per quanto riguarda i prodotti alimentari organici, a seguito dei recenti cambiamenti avvenuti nel 2015, The Australian Standard for Organic and Biodynamic Products AS 6000-2009 resta il documento di riferimento in generale, mentre per le esportazioni provenienti dall'Australia si deve fare riferimento al National Standard for Organic and Biodynamic Produce.

Regolamento delle importazioni

The Australian Standard for Organic and Biodynamic Products AS 6000-2009 regola anche le importazioni, basandosi sul Trade Practices Act 1974 (TPA). Lo standard è basato su National Standard for Organic and Bio-dynamic Produce, rilasciato da Australian Quarantine and Inspection Service (AQIS).

Per poter definire i prodotti importati come organici si può fare sempre riferimento ai prerequisiti del National Standard for Organic and Bio-dynamic Produce. Infatti se i prodotti certificati all'estero rispettano questi prerequisiti non sono necessarie ulteriori certificazioni e non sono presenti ulteriori vincoli alle importazioni. Per ulteriori dettagli fare riferimento a 'Department of agriculture - Importing Biological Products'(<http://daff.gov.au/import/biological>)

Certificazioni

Non sono presenti entità straniere che rilasciano certificati, ma diversi sono gli enti australiani all'uopo preposti :

- > NASAA
- > Australian Certificate Organic
- > Demeter Bio-dynamic Producers Inc (TOP)
- > Organic Food Chain (OFC)
- > Safe Food Queensland (SFQ)

Le certificazioni garantiscono che i prodotti alimentari siano coltivati o allevati nel rispetto degli standard previsti da Australian Certified Organic Standard, con particolare attenzione a sette fattori principali per i consumatori:

- > Ambiente: Assenza di sostanze chimiche e pesticidi, rispetto della fertilità del terreno tramite l'alternarsi delle colture e l'impatto per la flora e la fauna
- > Benessere animale: Animali da allevamento allevati all'aperto
- > Benefici alla salute: Assenza di additivi, coloranti, conservanti o ingredienti modificati geneticamente.
- > Crescita naturale: assenza di nanotecnologie e divieto di nutrire gli animali con prodotti modificati geneticamente
- > Responsabile socialmente: le aziende certificate possiedono ambienti di lavoro sostenibili, e risultano essere socialmente responsabili
- > Garanzia di affidabilità: le norme per questa certificazione sono tra le più severe al mondo, con controlli effettuati a ogni fase della lavorazione.

Per ulteriori informazioni sulla certificazione: <http://austorganic.com/>

Per ulteriori informazioni su uno dei principali enti che rilascia le certificazioni (NASAA): www.nasaa.com.au

Restrizioni

In aggiunta ai requisiti specifici per i prodotti organici, ricordiamo brevemente che le importazioni di prodotti agricoli in Australia in generale sono soggette a due atti generali. Il primo è il Quarantine Act 1908 che prevede che tutti i prodotti agricoli debbano rispettare



Il mercato dei prodotti agroalimentari biologici in Australia

certe norme specifiche dipendenti dal prodotto. Le restrizioni si applicano sia ai prodotti naturali che ad alcune categorie di cibi processati. In particolare sono ristretti:

- > Uova e prodotti derivati
- > Latteria
- > Carne (ad eccezione della carne in scatola)
- > Semi e noci
- > Frutta fresca e verdure

Gli importatori di questi prodotti dovranno richiedere un permesso import prima di poter procedere. Da fare attenzione che l'import permit viene intestato all'importatore in caso siano loro a fare richiesta, e in caso di cambio d'intermediario è possibile sia necessario seguire altre procedure per il trasferimento del permesso o ripetere la procedura. Per prime informazioni sulle restrizioni per quarantena fare riferimento all'Import Conditions Database (ICON - http://apps.daff.gov.au/icon32/asp/ex_querycontent.asp).

In aggiunta alle leggi per la quarantena e specifiche per il biologico, si applicano le norme relative ai prodotti alimentari stabilite nel Australia New Zealand Food Standards Code. Queste leggi si applicano alla stessa maniera indipendentemente dall'origine, sia che siano stati prodotti in Australia o importati. L'ente governativo responsabile è Food Standards Australia New Zealand (FSANZ).

Dazi doganali

Non esistono particolari barriere tariffarie in Australia. Negli ultimi anni le autorità australiane hanno portato avanti una decisa politica di riduzione del regime tariffario. Attualmente l'80% delle tariffe doganali è uguale o inferiore al 5% e solo il 7% risulta superiore al 20%. Se il materiale da importare in Australia ha un differente paese di provenienza detto dazio può variare, con particolare riferimento ai paesi che hanno un accordo di tipo FTA (Free Trade Agreement) con l'Australia. Ai dazi doganali vanno aggiunti i costi per le procedure doganali (IPC-Import Procedure Charge) come indicato nella tabella sopra riportata. Inoltre a questi costi si aggiunge la locale tassa per la vendita di beni e servizi (GST) che vale il 10% del valore dichiarato e va pagata al momento della introduzione della merce in Australia (si può evitare di pagare immediatamente il GST solo se la merce da importare rimane all'interno di magazzini doganali). Il GST è rimborsabile ma solo per le aziende australiane.

Promozione

Per il settore organico in Australia la competizione è abbastanza intensa a causa di una mancanza di una diffusa "brand awareness" che rende facile la volatilità di acquisto fra vari marchi da parte del consumatore, ma la forte domanda si contrappone a questo e rende il settore attraente per le aziende.

Per questo la promozione di prodotti organici necessita, su tale mercato, di puntare ad un rafforzamento della percezione del valore aggiunto, sottolineando i benefici alla salute - come l'assunzione di tali prodotti permetta di evitare possibili danni sul lungo periodo, e i benefici ambientali.



È inoltre di vitale importanza rafforzare la fiducia nelle certificazioni e nei controlli per garantire all'acquirente che i prodotti certificati come organici o biologici rispettino i requisiti necessari.

Come per molti altri paesi, ma in particolare per l'Australia, la partecipazione a fiere, anche solo come visitatori, e' uno dei migliori modi per poter incontrare le controparti australiane e sviluppare relazioni commerciali. Si segnalano di seguito alcune manifestazioni di potenziale interesse:

Naturally Good EXPO (Natural & organic products EXPO)

Innovativa fiera per stimolare la crescita dei prodotti naturali, organici e per la salute. La manifestazione e' aperta al pubblico e rappresenta una delle maggiori fiere del settore in Australia. Si svolge il 1-2 Maggio 2016, Royal Hall of Industries, Moore Park, Sydney (www.naturallygood.com.au)

The Real Food Revolution

Conferenza-manifestazione che si svolge a rotazione nelle principali città australiane con speaker di rilievo sul benessere collegato all'alimentazione (www.therealfoodrevolution.com.au)

Siti Utili

Media & Associazioni

ORGANIC FEDERATION OF AUSTRALIA

(www.ofa.org.au)

Organic Federation of Australia fornisce informazioni sull'industria biologica e risorse sul cibo organico, l'allevamento organico e i prodotti alimentari senza additivi.

NASAA (CERTIFIED ORGANIC)

(<http://www.nasaa.com.au/>)

The National Association for Sustainable Agriculture, Australia (NASAA) sostiene l'educazione dei consumatori verso i prodotti organici, biodinamici e le pratiche agricole sostenibili.

ACO (AUSTRALIAN CERTIFIED ORGANIC)

(<http://aco.net.au/>)

Australian Certified Organic (ACO) e' il piu' grande ente che rilascia certificazioni in Australia per il biologico e i prodotti organici e dispone di piu' di 1500 operatori certificati. ACO fornisce certificazioni per operatori di tutti i settori organici.



Bibliografia

Australia Organic Federation 2014, "Australian Organic Market Report 2014"

DAFF 2014, "Guidelines for the issue of organic produce certificates to all markets"

Euromonitor 2015a, "Health and Wellness: Organic by Company"

Euromonitor 2015b, "Organic Beverages in Australia"

Euromonitor 2015c, "Organic Packaged Food in Australia"

Euromonitor 2015d, "Organic distribution in Australia"

Governo Australiano, "Importing food", visitato il 22/06/15, <<http://www.agriculture.gov.au/import/food>>

Governo Australiano, "Food Standards Code (until 1 March 2016)", visitato il 22/06/15, <<http://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>>

IBISWorld 2014a, "Organic Crop Farming in Australia"

IBISWorld 2014b, "Organic Livestock and Poultry Farming in Australia"

MarketLine 2014a, "Global Organic Food"

MarketLine 2014b, "Organic Food in Asia-Pacific"





THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

**ICE-Agenzia - Roma,
Ufficio agroalimentari e vini
agro.alimentari@ice.it**

**ICE-Agenzia | Sydney
Sydney@ice.it**