



THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

Il Mercato dei prodotti  
Agroalimentari Biologici in  
**BELGIO**

INCOMING OPERATORI ESTERI AL  
**SANA**

Bologna  
12 | 15 settembre 2015

## Sommario

1 STRUTTURA DEL MERCATO BELGA .....	3
1.1. INTRODUZIONE .....	3
1.2. PRODUZIONE LOCALE .....	3
1.3. CONSUMO.....	4
1.3.1. <i>I prodotti consumati</i> .....	4
1.3.2. <i>Profilo del consumatore</i> .....	6
1.4 CANALI DI DISTRIBUZIONE.....	6
1.4.1. <i>Quote di mercato</i> .....	6
1.4.2. <i>Filiera corta</i> .....	7
1.5. PREZZI .....	7
2 QUADRO LEGISLATIVO.....	8
2.1. MARCHIO BIOGARANTIE .....	8
2.2. ORGANISMI DI CONTROLLO .....	9
3 MANIFESTAZIONI FIERISTICHE.....	10
4 TENDENZE E PROSPETTIVE A MEDIO E LUNGO TERMINE .....	10
5 CONCLUSIONI.....	10

# 1 STRUTTURA DEL MERCATO BELGA

## 1.1. INTRODUZIONE

Solo dal 2005 l'agricoltura biologica ha veramente iniziato a svilupparsi in Belgio. Il numero di conversioni dall'agricoltura tradizionale a quella biologica è stato particolarmente elevato nella Regione Vallona. La Vallonia risulta anche essere la Regione ove la produzione biologica è la più elevata del paese. Nelle zone collinari delle province di Liegi e del Lussemburgo belga, l'agricoltura tradizionale è già intensiva; le aziende agricole che si convertono in queste zone sono principalmente quelle attive nel settore degli allevamenti.

Nel corso degli ultimi anni, il mercato belga del biologico ha subito una forte accelerazione sul fronte sia della produzione sia della distribuzione. Tale sviluppo è dovuto, in parte, ai diversi elementi di seguito menzionati:

1. *Crescita della domanda*: i consumatori sono alla ricerca di prodotti più sani e di un metodo di produzione rispettoso dell'ambiente e degli animali. Infatti tra il 2013 ed il 2014, si è registrata una crescita del 3,8% della spesa delle famiglie per prodotti biologici;
2. Il livello dei prezzi dei prodotti biologici è diminuito rispetto ai prodotti classici (ma costano comunque ancora oltre il 30% di più);
3. La frequenza degli acquisti continua ad aumentare e la penetrazione del prodotto biologico è salita all'88% (i consumatori che hanno comprato almeno una volta l'anno un prodotto biologico), 7% sono i consumatori regolari che acquistano prodotti biologici almeno 1 volta ogni settimana;
4. *Crescita della produzione*: il numero di produttori biologici cresce continuamente, sia nelle Fiandre (+7% rispetto al 2013) che in Wallonia (+7,7%). Ciò dipende, da un lato, da una diminuzione della redditività di numerose aziende agricole nel settore tradizionale e, dall'altro, da un sistema di contributi all'ettaro attribuiti ai produttori che si dedicano all'agricoltura biologica;
5. *Evoluzione della distribuzione*: la grande distribuzione offre ormai una gamma completa ed ampia di prodotti biologici (45,3% delle vendite bio nel 2014), mentre i negozi specializzati si sono adeguati all'evoluzione del mercato;
6. *Ampliamento della gamma disponibile*: attualmente, tutti i prodotti alimentari tradizionali hanno il loro corrispondente biologico. La gamma si allarga a tutti i comparti: frutta ed ortaggi, surgelati, prodotti lattiero-caseari, carni ed insaccati, panetteria, biscotti, cioccolati, piatti pronti, bibite.

## 1.2. PRODUZIONE LOCALE

Il Belgio produce soprattutto cereali, ortaggi, carne bovina, latte e, in quantità più ridotte, frutta, carne suina e volatili.

Le Regioni belghe, attraverso il Ministero dell'Agricoltura, aiutano l'agricoltura biologica con contributi finanziari. Infatti, è previsto, oltre ai contributi comunitari, un regime di aiuti a favore degli agricoltori che intendono introdurre o mantenere i metodi dell'agricoltura biologica.

Questo regime prevede un impegno di cinque anni durante i quali il produttore deve rispettare strettamente le disposizioni di produzione biologica previste nel disciplinare. Il controllo della corretta applicazione del capitolato è affidato ad un organismo di controllo accreditato (Certisys, Tüv Nord Integra/Blik e Quality Partner), che informa l'amministrazione incaricata dell'attribuzione degli aiuti.

Nel 2014, l'agricoltura biologica copriva un totale di 66.756 ettari: la superficie dedicata alla cultura biologica ha registrato una straordinaria crescita di quasi il 75% rispetto al 2008,

## Il mercato dei prodotti agroalimentari biologici in Belgio

quando l'area dedicata copriva soltanto 35.822 ettari. Ormai, questa superficie rappresenta il 4,6% della superficie agricola utile del paese.

Sempre nel 2014, il numero di agricoltori biologici belgi ammontava a 1.630, di cui 1.287 localizzati nella parte francofona del paese (Vallonia).

La tabella di seguito riportata illustra l'evoluzione del mercato biologico in termini di numero di produttori e di superficie.

Tabella 1 - Agricoltura biologica/evoluzione del mercato belga

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Belgio						
Numero di aziende agricole	1.021	1.140	1.262	1.389	1.514	1.630
Superficie (ha)	41.354	48.700	54.611	59.684	62.565	66.693
Fiandre						
Numero di aziende agricole	242	256	282	299	319	343
Superficie (ha)	3.659	3.822	4.563	4.939	5.065	-
Vallonia						
Numero di az. agricole	779	884	980	1.090	1.195	1.287
Superficie (ha)	37.695	44.878	50.048	54.745	57.500	61.651

Fonte : Institut National des Statistiques - INS

La differenza culturale e linguistica che separa il Belgio in due grandi regioni si rispecchia anche nell'evoluzione del mercato biologico. Difatti, analizzando i dati della tabella, risulta evidente una significativa espansione soprattutto in Vallonia.

In effetti, le grandi industrie convenzionali, ubicate per la maggior parte nella zona nord del Belgio, hanno una tendenza a rallentare lo sviluppo del mercato biologico. Numerose aziende fiamminghe costituiscono i principali fornitori di questi trasformatori, e la tendenza alla conversione biologica è quindi meno necessaria in questa parte del paese.

La superficie agricola utile per la produzione biologica rappresenta il 5% della superficie agricola totale del Belgio. In Vallonia raggiunge l'8,6%, nelle Fiandre l'0,8%.

In Vallonia erano attivi, nel 2014, 1.287 agricoltori biologici (+7,7% rispetto al 2013). Essi rappresentano oltre il 10,1% del numero totale degli agricoltori della Regione.

Per la maggior parte si tratta di allevamenti, soprattutto di bovini, il cui numero è quasi raddoppiato negli ultimi sette anni passando da 40.467 capi nel 2008 a 73.642 capi nel 2014. Anche il numero degli ovini ha fatto registrare una crescita spettacolare del +22,2% tra il 2013 ed il 2014.

## 1.3. CONSUMO

### 1.3.1. I prodotti consumati

Parecchi fattori hanno favorito il consumo di prodotti biologici. Infatti, la crisi della mucca pazza, gli ormoni della crescita, i prodotti geneticamente modificati e, infine, la crisi della diossina hanno contribuito allo sviluppo dell'era del "biologicamente corretto". Allo stesso tempo, numerose sovvenzioni dell'U.E. hanno spinto gli agricoltori a convertirsi. Contemporaneamente, i consumatori hanno iniziato ad avere dubbi sulla qualità dei prodotti tradizionali e, soprattutto, sono diventati più attenti agli alimenti, acquistando, di conseguenza, prodotti di qualità, sicuri e sani.

A partire dal 1999, subito dopo la crisi della diossina e dopo quella della mucca pazza nel 1997, il mercato ha subito un forte aumento della domanda di prodotti alimentari biologici, in proporzioni fluttuanti tra il 30% ed il 100%. In effetti, una parte dei consumatori ha

allora incominciato a sentire il bisogno di mangiare alimenti più sani, anche se per questo dovevano pagare un prezzo più elevato.

Nel 2014, il consumo a domicilio di prodotti biologici ha conosciuto un incremento del fatturato del 3,8%, per raggiungere un totale di 435 milioni di Euro.

Questa progressione è da imputare all'aumento della spesa media ed a quello della frequenza degli acquisti, passata da 13,4 a 15 volte l'anno. Il numero totale degli acquirenti invece è rimasto pressoché invariato.

Il numero totale delle referenze biologiche aumenta di anno in anno : nel 2014, ha raggiunto un totale di 8.400 prodotti.

La quota di mercato dei prodotti biologici in confronto al mercato alimentare totale è stata pari all' 1,8% (1,6% nel 2013).

Questa quota è variata in maniera rilevante secondo il tipo di prodotto. I prodotti più venduti sono quelli freschi che, nel 2014, hanno fatto segnare una crescita del 5%.

All'interno del comparto biologico, gli ortofrutticoli freschi occupano, con una quota del 37%, la posizione leader, seguiti da carne/pesce/uova con il 25% e da prodotti lattiero-caseari con il 21%. La quota ottenuta dai prodotti lattiero-caseari è paragonabile a quella nel non-biologico, mentre per la categoria carne/pesce/uova la quota corrispondente ammonta al 38% circa. I vini e la birra biologici rappresentano il 4% della spesa (contro il 9% per il convenzionale).

### **Spesa delle famiglie belghe per categoria di prodotti - 2014**

(fonte: rapport Biowallonie)

### 1.3.2. Profilo del consumatore

Nel 2014, l'88% dei nuclei familiari ha comprato almeno una volta dei prodotti biologici. Questo significa che tra il 2013 ed il 2014 la situazione è rimasta invariata. Solo il 7% delle famiglie belghe appartiene al gruppo degli acquirenti più frequenti, che comprano dei prodotti biologici almeno una volta a settimana.

Distinguendo i profili dei clienti secondo i prodotti acquistati, si nota che il gruppo di consumatori di ortaggi biologici è quello più vasto e rappresenta il 60% degli acquirenti. Questo significa che oltre la metà dei consumatori belgi ha comprato almeno una volta degli ortaggi biologici nel 2014, quindi due famiglie su tre. Il 43% dei consumatori ha comprato la frutta, il 35% i prodotti lattiero-caseari ed il 21% le uova (17% nel 2013).

Il consumo dei prodotti biologici avviene soprattutto in casa (70%), il 14% viene consumato a scuola o sul lavoro, il 7% da amici o familiari, il 4% nell'horeca, il 3% per strada (in macchina o in treno) ed i restanti 2% in altri luoghi.

In una giornata media, il 18% della popolazione belga consuma almeno 1 prodotto biologico. Quello consumato più spesso è il pane, seguito dagli ortaggi, il caffè, i prodotti lattiero-caseari e la frutta.

In cifre assolute, sono le famiglie ad alto reddito con figli, ed i pensionati benestanti, i due gruppi di clienti più importanti. Insieme sono responsabili per oltre il 50% degli acquisti biologici, mentre rappresentano solo il 40% della popolazione.

Le crescite più notevoli si registrano nelle categorie delle famiglie benestanti con figli, i pensionati benestanti ed i single di più di 40 anni per i quali il 4,1% della spesa per alimenti freschi è destinata a prodotti bio.

Le famiglie con figli con un budget ridotto hanno una quota alquanto contenuta (0,9%), ma è probabile che il prezzo in questo caso sia un elemento discriminante per l'acquisto di una maggiore quantità di prodotti biologici.

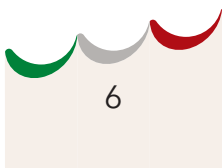
## 1.4 CANALI DI DISTRIBUZIONE

### 1.4.1. Quote di mercato

Il canale distributivo più importante per la vendita dei prodotti biologici è la categoria dei supermercati classici "DIS 1" (Carrefour, Delhaize, Colruyt, Cora, Match, Makro, Champion), che rappresentano una quota del 45,3% del totale delle vendite. Il secondo canale più importante sono i negozi specializzati in prodotti bio ed in prodotti naturali, tramite i quali transita il 30,7% dei prodotti biologici. Sia il DIS 1 che i negozi specializzati fanno registrare, nel 2014, delle quote di mercato leggermente superiori rispetto all'anno precedente. I supermercati di vicinanza (Delhaize AD/City/Proxi, Carrefour Express, Okay, Smatch, Spar) invece perdono qualche punto con l'11% delle vendite contro il 13,5% nel 2013.

Delhaize, la seconda catena più importante del Belgio, con un fatturato sul mercato interno di 4,9 miliardi di Euro e 138 supermercati integrati, offre un totale di 635 referenze di prodotti biologici certificati. Nel primo semestre del 2013 (ultimi dati disponibili), questo segmento è aumentato del 9%, con la crescita più rilevante per i prodotti vegetali (+76%), seguiti da pesce (+40%), carne (+15%), uova (+13%) e vino (+23%). Secondo i responsabili della catena, questo fenomeno dipende sia dall'assiduità dei "patiti del bio", che da un cambiamento delle abitudini alimentari. In effetti, molti consumatori decidono, per esempio, di mangiare la carne solo una o due volte a settimana, sostituendola con le alternative vegetariane disponibili, spesso biologiche.

La catena soft-discount Colruyt poi ha iniziato, nel 2001, ad aprire supermercati interamente biologici sotto l'insegna BIO-PLANET. Attualmente esistono 16 supermercati, di cui 15 ubicati nella zona fiamminga, ed è attivo un negozio on-line che offre la possibilità di ritirare gli ordini presso qualsiasi punto vendita del gruppo.



Le catene hard discount (Aldi, Lidl) hanno fatto registrare l'aumento più rilevante, passando da una quota del 2,7% nel 2013 al 3,2% nel 2014, mentre le quote dei mercati pubblici e della vendita diretta presso la fattoria sono rimaste pressoché invariate, oscillando tra il 4 ed il 5%.

## Belgio : Evoluzione quote di mercato canali distributivi

Fonte : GfK Panelservices Benelux

### 1.4.2.Filiera corta

Negli ultimi anni, molte aziende del settore biologico hanno accorciato il canale distributivo, praticando vari sistemi di vendita diretta. Per l'agricoltore, questo sistema offre una serie di vantaggi: può fissare liberamente il prezzo di vendita, non ci sono tempi di attesa per ottenere dei benefici e possono essere risparmiate le spese di trasporto e di stoccaggio, elementi che, in fin dei conti, sono anche a vantaggio del consumatore.

Ormai esistono diverse formule di vendita diretta. Oltre a quella tradizionale dello smercio presso la fattoria, l'agricoltore ha la possibilità di vendere sui mercati pubblici settimanali, mentre il consumatore può andare a raccogliere direttamente o far parte di cooperative per l'acquisto dei prodotti. Molti agricoltori dispongono ormai di distributori automatici nei pressi dell'azienda.

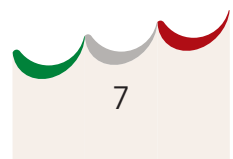
Dai risultati di un'indagine effettuata da GfK Penel Services, emerge che le vendite dirette hanno generato, nel 2014, un fatturato di circa 92 milioni di Euro., di cui oltre 79 milioni di euro provenienti dalle vendite presso le fattorie. Il 70% di questa attività si svolge nelle Fiandre: in effetti, in questa regione 1 su 5 dei consumatori bio acquista tramite la filiera corta, mentre in Vallonia si tratta di 1 su 10. La spesa media presso la fattoria ammonta a circa 116 € l'anno. I prodotti più venduti sono l'ortofrutta e la carne.

## 1.5. PREZZI

Il lavoro intenso, le spese per la certificazione, le sementi e piantine più costose sono i fattori considerati dal produttore per determinare il prezzo di vendita. Inoltre, molto spesso, la resa è inferiore e meno sicura. Per questi motivi, il prezzo dei prodotti biologici rimane più alto di quello dei prodotti non-biologici.

Diverse indagini, nazionali ed internazionali, provano a quantificare questo gap. Ovviamente, è decisivo il canale distributivo (per es. supermercato contro vendita diretta), così come il numero di elaborazioni che ha subito il prodotto (per es. il fresco in confronto al trasformato).

Nel 2014, i prezzi dei prodotti biologici erano mediamente del 33% più cari di quelli dei prodotti tradizionali. Il divario più importante si nota per le uova (doppio prezzo per il bio), il pollo e le patate, quello più contenuto per il burger vegetale. Nel corso degli anni, l'evoluzione del prezzo è stata eterogenea per le diverse categorie di prodotto: anche se globalmente il divario tra i prezzi diventa più rilevante, quello del latte parzialmente scremato e della carne di maiale, invece, ha subito una contrazione. Il prezzo del pane resta stabile (+30% per il bio).



## 2 QUADRO LEGISLATIVO

### 2.1. MARCHIO BIOGARANTIE

In Belgio, la produzione biologica è regolata da diverse normative regionali, i cui testi sono disponibili, per le Fiandre e la Vallonia, sul sito <http://www.bioforum.be>

E' importante sottolineare che la legislazione belga è più restrittiva di quella europea.

Il Governo belga aveva preceduto il Consiglio europeo regolando la produzione biologica nel settore animale già dal 1998, con un testo di legge preciso ed esaustivo.

Il marchio utilizzato in Belgio è il "Biogarantie", depositato presso l'OBPI - l'Office Benelux de la Propriété intellectuelle per il riconoscimento come marchio europeo collettivo.

Viene riportato sui prodotti riconosciuti, e deve essere accompagnato dall'indicazione dell'organismo che ha effettuato i controlli. Di preferenza viene utilizzato in abbinamento con il logo europeo:



Un operatore, che sia utilizzatore diretto o indiretto, può utilizzare il logo solo dopo aver firmato un contratto con l'organismo *Bioforum* per le Fiandre e la Vallonia, o UNAB per Bruxelles (<http://www.unab-bio.be/>).

Oltre a garantire la qualità biologica del prodotto, Biogarantie chiede alle aziende una comunicazione trasparente sull'origine del prodotto, ed il rispetto del "fair trade" attraverso tutta la filiera. Si prefigge inoltre di essere un motore per lo sviluppo ecosostenibile del settore.

Così, l'azienda agricola dovrà impegnarsi a:

- > ridurre l'utilizzo dell'acqua;
- > utilizzare al massimo le fonti alternative di energia (pannelli solari, biocombustibili ...) e ridurre l'impatto ambientale dovuto al trasporto delle merci;
- > mettere in opera una gestione ecologica degli scarichi;
- > aumentare la biodiversità.

I punti vendita aderenti, invece, devono rispondere ai seguenti criteri :

- > offrire un assortimento del 70% minimo di prodotti alimentari;
- > avere minimo il 90% di questi prodotti alimentari muniti di un marchio di garanzia "biologico";
- > il 100% delle seguenti categorie deve avere il marchio 100% biologico: pane, ortofrutticoli, carne e prodotti sostitutivi, prodotti lattiero-caseari, uova, piatti pronti freschi e prodotti venduti sfusi;
- > i prodotti non-food possono costituire il 30% al massimo dell'assortimento e devono essere prodotti selezionati con criteri ecosostenibili. Il negozio Biogarantie® deve quindi fornire delle garanzie anche per il tessile, prodotti in pelle, cosmetici, legno, carta e prodotti per la pulizia.



Per quanto riguarda i prodotti di importazione biologici, che sono stati controllati nel paese di origine, membro dell'Unione europea, da un organismo accreditato in questo paese e conformemente alle disposizioni contenute nel Regolamento europeo 834/2007, essi possono essere immessi sul mercato in tutti i paesi dell'Unione europea. Possono quindi essere commercializzati come prodotti biologici o utilizzati dai trasformatori come materie prime.

Le merci importate da paesi terzi per essere commercializzate in Belgio, e destinate ad avere la menzione "biologico", o una menzione equivalente accettata in un'altra lingua o ancora una menzione che si riferisce al metodo di produzione, devono essere sottoposte al controllo di uno degli organismi belgi accreditati.

## 2.2. ORGANISMI DI CONTROLLO

Ogni operatore che produce, prepara o importa prodotti in vista della loro commercializzazione e destinati a ricevere la menzione "biologico" o equivalente, o una menzione facendo riferimento al metodo di produzione biologico deve, innanzitutto, notificare la sua attività e sottoporre la sua azienda al controllo di un organismo di certificazione indipendente e accreditato dal Ministero dell'Agricoltura.

In Belgio sono accreditati 3 organismi di controllo:

- > Certisys ([www.certisys.eu](http://www.certisys.eu)), con codice BE-BIO-01,
- > Tüv Nord Integra/Blik ([www.tuv-nord-integra.com](http://www.tuv-nord-integra.com)), con codice BE-BIO-02,
- > e Quality Partner ([www.quality-partner.be](http://www.quality-partner.be)), con codice BE-BIO-03

Questi organismi sono competenti sia per il settore vegetale che per il settore animale. Sono finanziati grazie alle quote versate dai produttori e trasformatori di prodotti biologici e controllati, una volta l'anno, dagli ispettori del Ministero federale belga dell'Economia.

Almeno una volta l'anno (con un massimo di 4 volte), si procede ad un controllo dell'intera catena di produzione (terreno, cura ed alimentazione degli animali, locali d'allevamento o di stoccaggio, processo di trasformazione) e di commercializzazione del prodotto biologico (conformità delle etichette, fatture del fornitore, origine delle materie prime). Sono effettuate visite non annunciate, verifiche dei documenti richiesti per assicurarsi della qualità biologica, ma anche prelievi di campioni per controllare la presenza o meno di residui chimici.

I costi dei controlli sono parzialmente a carico dell'operatore.

Tutte le aziende facenti parte dell'associazione Bioforum, dal momento in cui sono state controllate da una delle società di controllo sopraccitate, possono utilizzare il marchio "Biogarantie" sul packaging e nella pubblicità.

Di conseguenza, essere agricoltore biologico e quindi ottenere il marchio "Biogarantie" significa che i prodotti rispondono a tutti i requisiti necessari e possono essere venduti in tutta l'Unione europea senza dovere subire altri controlli.

### 3 MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

L'unica manifestazione fieristica specializzata, esclusivamente accessibile per i professionisti del settore, è BIOEXPO/VITASANA ([www.vitasanaexpo.org](http://www.vitasanaexpo.org)), dedicata ai prodotti naturali e biologici, che viene organizzata presso Brussels Expo nell'ultima settimana di settembre. Ogni anno si organizza inoltre la Bioweek/Semaine du Bio (giugno), la cui organizzazione è affidata a Bioforum.be e che coinvolge diversi attori del settore. Si organizzano, per esempio, delle giornate porte aperte presso le aziende produttrici, animazioni, workshop, degustazioni presso i punti vendita, elezione di miss bio, il bio-award per il migliore prodotto, ecc. La settimana è sponsorizzata dai Governi regionali delle Fiandre e della Vallonia e gode di un'ampia diffusione sui media.

### 4 TENDENZE E PROSPETTIVE A MEDIO E LUNGO TERMINE

Come previsto, il mercato del biologico si è sviluppato e cresciuto notevolmente rispetto agli anni '60. In parte, questo successo poteva essere imputato ai diversi scandali nell'alimentare, ma ormai l'andamento del biologico mostra un consolidamento e anche una lieve e costante progressione. In Belgio sono le Fiandre e Bruxelles le regioni dove l'attenzione al biologico è più forte rispetto alla Vallonia, anche se, tuttavia, è la Vallonia che ha la capacità di produzione biologica la più elevata.

Il ruolo delle catene della grande distribuzione (che dovrebbe stimolare anche la produzione) nello sviluppo del mercato dei prodotti biologici è fondamentale.

Grazie ad un assortimento più ampio della loro gamma, un maggior numero di consumatori potrà essere raggiunto. Devono, inoltre, mantenere la differenza di prezzo tra il tradizionale ed il biologico nei limiti del 30-40%, soglia al di là della quale il consumatore perderebbe l'interesse.

### 5 CONCLUSIONI

Il consumo di prodotti biologici non è ormai più una moda né un fatto passeggero, ma è diventato un vero business.

Una conseguenza dello sviluppo di questo settore consiste nel fatto che il termine "biologico" non sempre viene utilizzato in maniera corretta e potrebbe danneggiare il buon funzionamento del mercato. In effetti, certi produttori o trasformatori poco scrupolosi potrebbero essere incoraggiati a commercializzare prodotti tradizionali con etichetta biologica per trarre profitto dal valore aggiunto di tali prodotti.

Il settore del biologico si deve sviluppare parallelamente con interventi mirati nei seguenti ambiti:

- > miglioramento delle strutture di mercato
- > intensificazione del processo di comunicazione con i consumatori.

Infine, i produttori che desiderano avviare relazioni commerciali con le catene distributive belghe devono, in primo luogo, considerare che la grande distribuzione necessita un servizio continuo ed efficiente, dimensione adeguata delle partite, ampiezza dell'assortimento, prezzo interessante, cura dell'estetica e della presentazione.



THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

**ICE-Agenzia - Roma,  
Ufficio agroalimentari e vini  
[agro.alimentari@ice.it](mailto:agro.alimentari@ice.it)**

**ICE-Agenzia | Bruxelles  
(per Belgio e Olanda)  
[bruxelles@ice.it](mailto:bruxelles@ice.it)**