



THE EXTRAORDINARY
ITALIAN TASTE

Il Mercato dei prodotti
Agroalimentari Biologici in
FRANCIA

INCOMING OPERATORI ESTERI AL
SANA

Bologna
12 | 15 settembre 2015

Sommario

PREMESSA	3
TENDENZE DEL CONSUMATORE FRANCESE	4
LA PRODUZIONE BIOLOGICA FRANCESE IN CIFRE	8
LA STRUTTURA DELLA DISTRIBUZIONE.....	10
L COMMERCIO ESTERO.....	13
REGOLAMENTI APPLICATI ALLA COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI BIO	14

PREMESSA

L'agricoltura biologica è una tecnica di produzione agricola realizzata attraverso pratiche specifiche rispettose degli equilibri biologici, della preservazione dei suoli, dell'utilizzo controllato delle risorse naturali e dell'autonomia degli agricoltori. Essa è parte integrante dell'approccio globale a metodi agricoli sostenibili.

Il metodo di produzione agricolo biologico si fonda su la non utilizzazione di prodotti chimici di sintesi e di OGM, sul riciclo delle materie organiche, su la rotazione fra le colture e su la lotta biologica alle malattie vegetali. Tutti i produttori bio sono, altresì, tenuti al rispetto di capitolati di produzione estremamente rigidi.

Nato negli anni '20 come indirizzo etico-filosofico, l'approccio biologico in agricoltura ha conosciuto la prima espansione negli anni '70 come elemento del più ampio quadro dei mutamenti sociologici di quegli anni.

Il Governo francese, nel 1981, ha raccolto tale istanza istituendo una Commissione nazionale incaricata dell'organizzazione dei metodi di produzione e dei capitolati produttivi, le cui norme e principi sono ripresi nel Regolamento CE 2092/91, sostituito dal Regolamento CE n. 834/2007 e dal Regolamento CE n. 889/2008 sulle principali modalità di applicazione.

La produzione agricola biologica è in Francia uno dei cinque loghi ufficiali di identificazione di qualità e origine dei prodotti. **Il logo AB - Agricoltura Biologica, conosciuto comunemente dal consumatore francese come logo "BIO"** garantisce la qualità legata ad un modo di produzione rispettoso dell'ambiente e del benessere animale.

Altri 4 loghi ufficiali identificano i prodotti agroalimentari di eccellenza e li differenziano rispetto alla produzione industriale o ordinaria:

1. *Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) o Appellation d'Origine Protégée (AOP)* garantiscono la qualità di un prodotto rispetto ai metodi di produzione e al territorio;
1. *Indication Géographique Protégée (IGP)* garantisce il legame di un prodotto al territorio di provenienza;
2. **Label Rouge indica un prodotto di qualità superiore;**
1. *Spécialité Traditionnelle Garantie (STG)* garantisce la caratteristica di prodotto tradizionale.

Si segnala che al logo AB - Agricoltura Biologica - si affianca dal 2010 il logo europeo contrassegnato dalle "stelle" europee in campo verde, meno conosciuto ma che ormai comincia ad entrare nelle abitudini del consumatore.

TENDENZE DEL CONSUMATORE FRANCESE

(tratto da "Barometro Bio 2014", ultima indagine demoscopica disponibile di "Agence Bio")

Con l'ampliarsi del volume e delle specialità dei prodotti biologici, l'Agence Bio, organismo pubblico preposto alla regolamentazione del settore, ha avviato sin dal 2003 uno studio annuale per approfondire tipologie, abitudini di acquisto, consapevolezza del consumatore bio. Tale studio, denominato "Barometro Bio", contribuisce ad approfondire le ragioni alla base di motivazioni ed eventuali ostacoli al consumo di prodotti biologici, oltre a misurare la notorietà dei differenti marchi e loghi che contraddistinguono il prodotto bio.

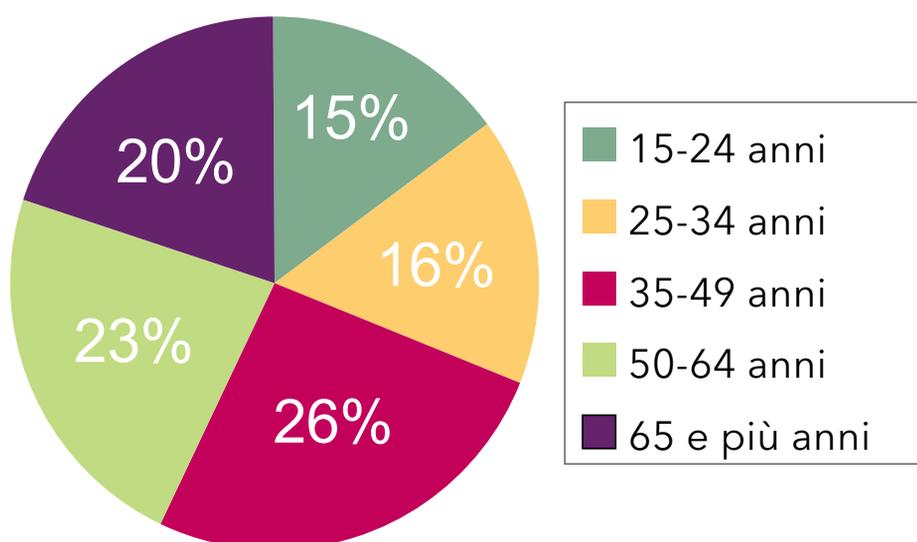
L'ultima edizione del "Barometro Bio" è stata condotta a marzo 2014 attraverso la somministrazione di questionari secondo la metodologia WAPI (interviste personali assistite via web) ad un campione di 600 persone rappresentative della popolazione francese.

Una parte dell'indagine era rivolta a tutto il campione e una parte solo a coloro che, sul campione totale, erano stati identificati come consumatori. Si trattava di quelli che avevano risposto positivamente alla domanda riguardante l'acquisto di almeno un prodotto bio compiuto nel corso delle 4 settimane precedenti alla realizzazione dell'indagine.

L'età media degli intervistati era di 47 anni, di cui il 69% compreso tra 35 e più di 65 anni.

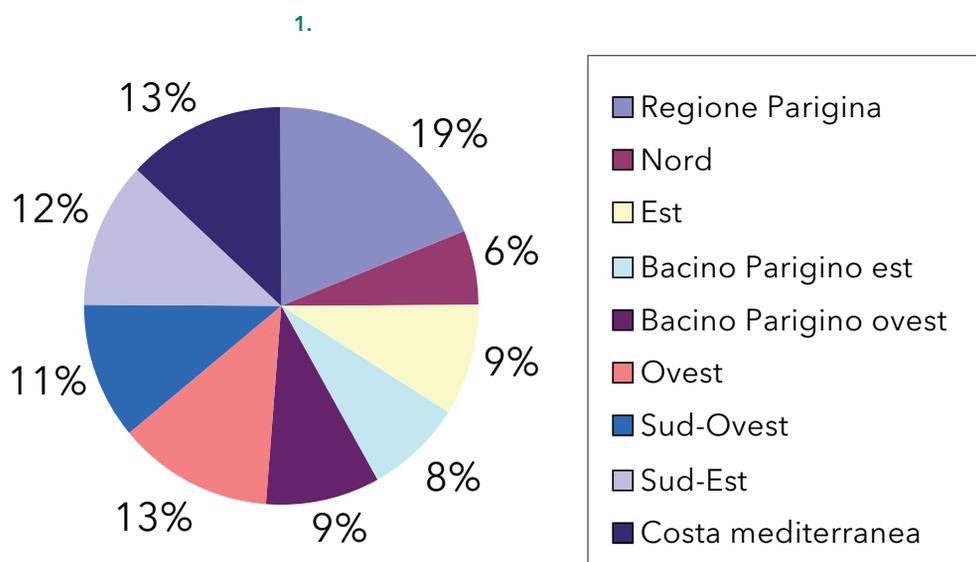
Dal punto di vista della professione il campione era così caratterizzato:

Caratterizzazione anagrafica del campione demoscopico



La localizzazione geografica degli intervistati era la seguente

Localizzazione geografica del campione



Il 62% del campione intervistato ha dichiarato di consumare prodotti biologici una volta al mese, contro il 8% che non ne consumava mai, il 20% almeno una volta a settimana, il 10% tutti i giorni. Rispetto al campione della rilevazione 2013, si sono ridotte le percentuali di quanti non consumano mai prodotti bio a favore di chi ne consuma almeno una volta al mese (49% nel 2013) o una volta a settimana (15%).

Le ragioni di quanti non acquistavano mai prodotti bio o non ne avevano acquistati nelle quattro settimane precedenti lo studio (pari a 665 unità del campione) erano: il prezzo dei prodotti considerato troppo elevato (77%), la mancanza del bisogno di acquisto (61%) o di campagne di fidelizzazione (36%).

Seguivano, fra le differenti motivazioni, una scarsa fiducia nel prodotto biologico (24%) e il fatto di non trovare i prodotti desiderati nei negozi abitualmente frequentati (21%).

Dall'insieme di questi dati, si evinceva che 6 francesi su 10 dichiaravano di consumare prodotti biologici almeno una volta al mese.

Donne, categorie socio-professionali superiori, abitanti della Regione parigina caratterizzavano il profilo maggioritario degli acquirenti.

Il prezzo elevato e la mancanza di bisogno erano i due fattori principali che trattenevano il consumatore dall'acquisto.

Il cliente di prodotti bio appariva particolarmente attento a tutte le informazioni legate al prodotto quale manifestazione di un'attività di acquisto critica. In particolare era interessato a ricevere, in ordine di priorità, informazioni in merito all'origine dei prodotti (55%), ai controlli (53), alle modalità di produzione (49%), alle qualità e ai contenuti nutrizionali (45%), alla diversificazione dell'offerta (32%), ai luoghi di acquisto (29%), alle modalità di trasporto (26%) e al tipo di imballaggio (se riciclabile o riutilizzabile - 25%).

Dal punto di vista della conoscenza dei loghi identificativi dei prodotti bio, l'89% del campione totale degli intervistati (compresi cioè coloro che non erano stati definiti consumatori secondo i parametri della ricerca) conosceva il marchio AB (percentuale rilevata anche nello studio del 2013) e il 38% quella del nuovo logo europeo.

Fra gli acquirenti il grado di conoscenza del logo AB saliva al 96% mentre quello del logo europeo si attestava al 38%.



Logo Bio francese



Logo Bio europeo

Il 66% del campione privilegiava i prodotti rispettosi dell'ambiente per convinzioni di natura etico-ecologica, legate alla provenienza naturale dei prodotti (realizzati, cioè, senza componenti chimici o di sintesi, coloranti o aromi artificiali) e per ragioni legate al benessere fisico derivante dalle qualità nutrizionali.

Tra le leve di acquisto di prodotti bio da parte dei potenziali acquirenti vi erano, tra le altre:

- > per proteggere la salute (62%)
- > per la protezione dell'ambiente (57%)
- > per la qualità ed il gusto del prodotto (48%)

Il mercato dei prodotti agroalimentari biologici in Francia

- › per la certezza di acquistare un prodotto sano (47%)
- › per delle ragioni etiche (27%)

Per quanto riguarda la tipologia di prodotti biologici consumati, in base al campione esaminato erano :

Ortofrutta

- › Frutta e verdura (89%)

Prodotti Lattiero Caseari

- › Formaggio (43%)
- › Altri prodotti lattiero-caseari (43%)
- › Latte (40%)
- › Uova (66%)

Epicerie (equivalente alla drogheria italiana ma di gamma di prodotti più selezionati)

- › Pasta, riso, altri cereali (40%)
- › Altri prodotti di epicerie (31%)
- › Olio (25%)

Carne

- › Pollame (39%)
- › Vitello (26%)
- › Maiale, insaccati, agnello (20%)

Pesce (15%)

Pane (40%)

Bevande

- › Succhi di frutta (42%)
- › Vino (17%)
- › Altre bevande (3%)

Caffè, the, infusioni (35%)

Prodotti a base di soja (20%)

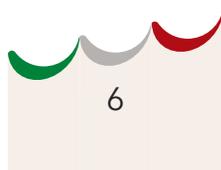
Biscotti, prodotti per la colazione (30%)

Integratori alimentari (9%)

Preparazioni per neonati (3%)

L'acquisto dei prodotti biologici avveniva, secondo il campione intervistato, nelle seguenti strutture distributive:

- › Grandi e medie superfici (65%)
- › Mercato (43%)
- › Negozi specializzati (31%)
- › Fattoria (26%)
- › Laboratori artigiani (fornaio, macellaio, etc.) (20%)



- › **Autoproduzione (5%)**
- › **Altro (1%)**

Infine, la tendenza al consumo per il futuro registrava una larga maggioranza di quanti ritenevano di mantenere costante l'acquisto di prodotti bio nei 6 mesi successivi all'indagine (78%), un 18% che reputava possibile aumentare la propria propensione al consumo e solo il 2% che pensava di diminuirla.

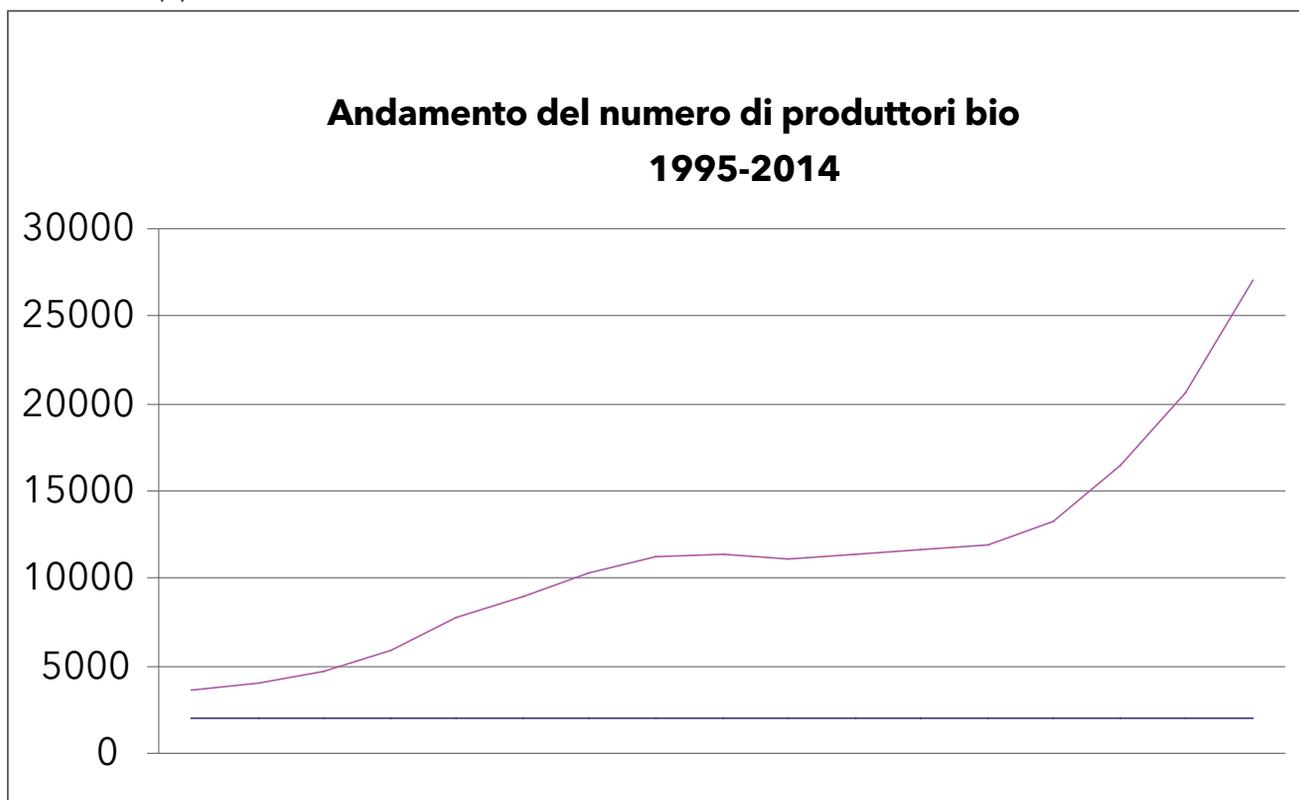
Tra le motivazioni alla base di un possibile incremento dei consumi vi erano:

- › **il prezzo meno elevato dei prodotti;**
- › **la distanza ravvicinata tra i luoghi di produzione e quelli di commercializzazione;**
- › **i temi etico-ambientali;**
- › **la varietà dell'offerta;**
- › **la qualità migliore;**
- › **la freschezza;**
- › **il gusto migliore.**

LA PRODUZIONE BIOLOGICA FRANCESE IN CIFRE

Dalla prima metà degli anni '90 sino ad oggi la produzione agricola biologica ha conosciuto una crescita importante e costante. Nel 1995 i produttori francesi erano 3.602 su una superficie di 117.955 ettari. Alla fine del 2014 i produttori sono 26.466 (il 5,6% delle fattorie francesi) su una superficie totale di 1.118.190 ettari (di cui 970.159 ettari di superfici certificate BIO + 148.000 ettari di terreni in corso di conversione) pari al 4,14% dell'estensione territoriale agricola francese (SAU - Superficie Agricola Utile).

Dal 2007 al 2014 le superficie bio sono progredite dell'85% e il numero di produttori è più che raddoppiato.



La tipologia di produzione a coltivazione biologica è la seguente:

- 65% dedicate ad erbe (STH - *Superficies Toujours en Herbe*/Superfici sempre in Erba) e foraggi;
- 20% dedicate alle grandi culture (cereali, sementi e frutti oleosi ed ad alto valore proteico, legumi secchi)
- 6% di vigne;
- 4% di frutta, verdure fresche, essenze, piante aromatiche e medicinali;
- 5% varie.

Nel 2014 si è registrato un forte aumento delle superfici certificate bio (+5,4%) ed i tassi di incremento più importanti riguardano i frutti da trasformare e le vigne. Il sistema produttivo ad agricoltura biologica comprende anche l'allevamento secondo i rigidi protocolli produttivo-qualitativi previsti dalla normativa europea. Un terzo delle fattorie biologiche francesi ha almeno un allevamento biologico. Lo sviluppo della filiera biologica è importante anche a valle - preparatori, distributori e importatori : a fine 2014 si contavano in Francia 12.919 operatori (+4% che nel 2012). Complessivamente, il numero di operatori del comparto biologico in Francia (produttori, preparatori, distributori e importatori) è pari a 39.385 unità (+4 % rispetto all'anno precedente).

Per quanto riguarda la **commercializzazione**, a fine 2014, il giro d'affari del settore ammontava a 4,83 miliardi di euro (+10% rispetto al 2013) e i consumi di prodotti biologici a domicilio ha raggiunto il 2,5% del mercato alimentare totale.

Se si aggiunge il bio consumato nella ristorazione collettiva (198 milioni di €, +11% rispetto al 2013), il fatturato ha raggiunto i 5 miliardi di euro. Le importazioni vengono stimate al 25% del valore totale.

La crescita del settore in Francia corrisponde alle attese dei consumatori locali i cui consumi sono più che raddoppiati nel corso degli ultimi sette anni passando dai 2 miliardi di euro del 2007 a 5 miliardi del 2014.

La filiera dei prodotti bio in Francia

Tra i principali settori vanno citati:

- › la panetteria/arte bianca/la pasticceria con una distribuzione omogenea sul territorio;
- › le bevande e in particolare il vino con concentrazioni maggiori nelle Regioni Languedoc-Roussillon, nella Regione PACA (Provence-Alpes Côte d'Azur) e in Aquitania;
- › i prodotti a base d'olio, soprattutto nella Regione PACA;
- › l'acquacoltura, tuttavia con valori assoluti ancora modesti (allevamento di salmoni per affumicazione e crostacei in Bretagna);
- › il settore della carne, anche questo con una distribuzione omogenea sul territorio e alcune concentrazioni nelle zone tradizionali di allevamento quali Midi-Pyrénées, Aquitania e Bretagna.

Circa la metà delle superfici destinate al biologico in Francia è localizzata in 5 regioni e circa un terzo in 3 regioni : Midi-Pyrénées (145.409 ha), Pays de la Loire (115.570 ha) e Languedoc-Roussillon (100.789 ha), seguite da Rhône-Alpes (96.331 ha) e PACA (93.184 ha).

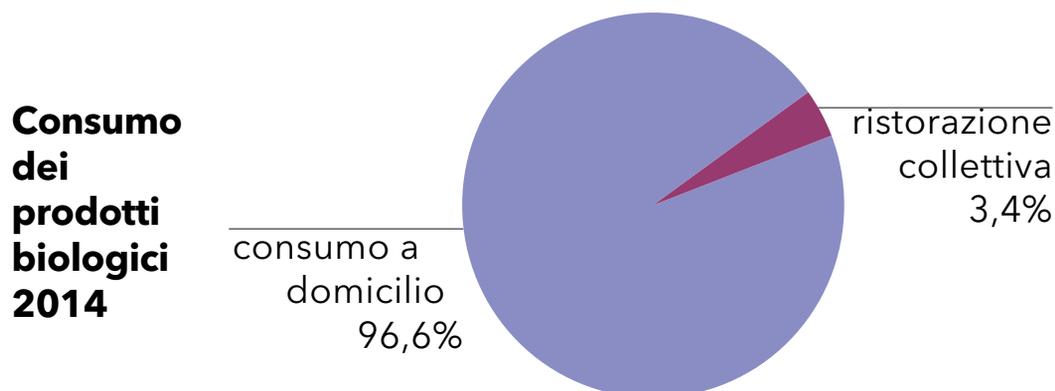
La provenienza geografica delle materie prime

La provenienza dei prodotti biologici può essere così schematizzata:

- › ¾ dei prodotti biologici o materie prime utilizzate sono di origine francese (praticamente il 100% per le carni, le uova e il vino);
- › 10% sono prodotti "esotici" che la Francia non produce;
- › 10% sono prodotti acquistati per la maggior parte in Paesi dell'Unione Europea, in settori in cui predomina l'offerta francese;
- › 5% sono prodotti per il momento poco disponibili sul territorio nazionale, ma con prospettive di incremento dell'offerta francese negli anni a venire.

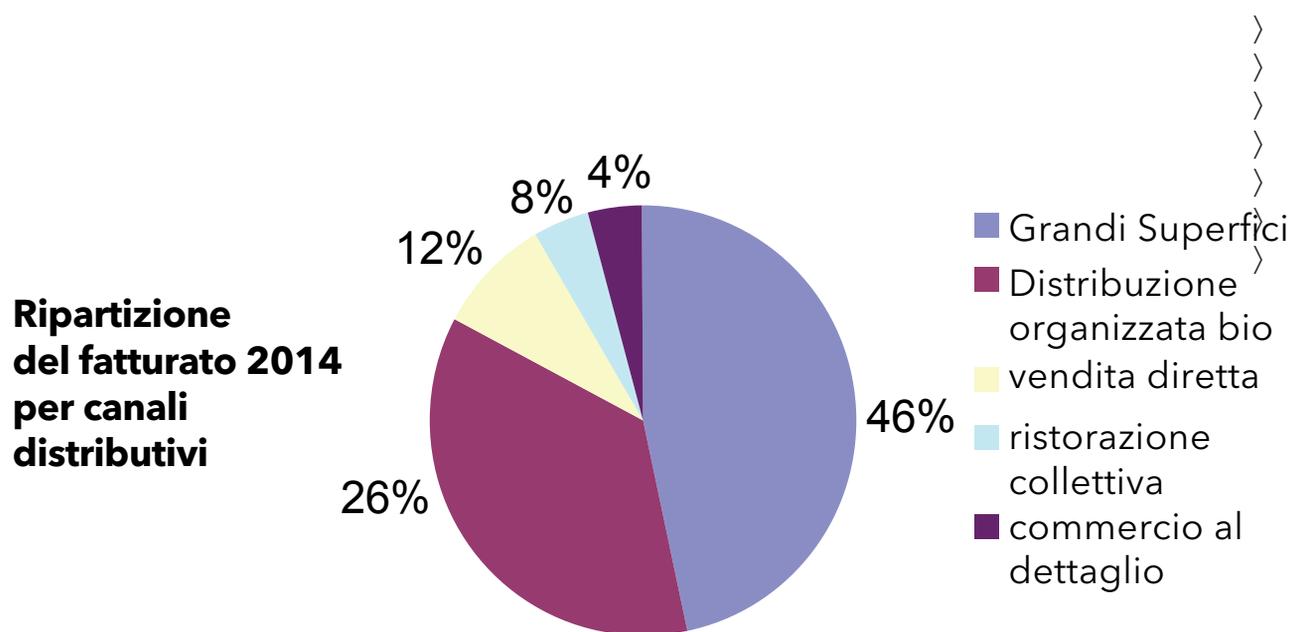
LA STRUTTURA DELLA DISTRIBUZIONE

Del totale del fatturato 2014, € 4,83 miliardi provengono dal consumo a domicilio ed € 198 milioni dalla ristorazione collettiva (scuole, mense, ospedali, case di riposo, etc.).



La ripartizione del fatturato (espresso in milioni di €) per canale distributivo è la seguente:

- > € 2.224 Grandi superfici
- > € 1.724 Distribuzione Organizzata Bio e negozi specializzati
- > € 643 Vendita diretta
- > € 211 Commercio al dettaglio
- > € 198 Ristorazione collettiva



Vendite in valore (milioni di euro) per tipologia di prodotto

Prodotto (Valori in milioni di €)	2012	2013	2014	Variazione 2014/2013
Frutta		353	383	+8,6%
Ortaggi		368	400	+8,7%
TOTALE A	661	722	784	+8,6%
Latte	269	273	290	+6,2%
Prodotti Lattiero-caseari	316	333	364	+9,4%
Uova	237	253	267	+5,7%
Carne bovina	169	181	205	+13,2%
Carne di maiale	63	66	66	+1,1%
Carne di agnello	37	38	42	+7,9%
Pollame	122	130	145	+11%
Salumi	76	84	96	+14,5%
TOTALE B	1 289	1 359	1 475	+8,6%
Prodotti ittici	80	94	98	+5,2%
Traiteur	109	119	131	+9,9%
Surgelati	68	72	74	+3,3%
TOTALE C	257	284	303	+6,7%
TOTALE D (Prodotti freschi da forno)	324	346	361	+4,4%
Salsamenteria prodotti dolciari	469	510	580	+13,8%
Salsamenteria prodotti salati	395	430	499	+15,9%
Bevande Vegetali	70	73	86	+16,9%
Succhi di frutta, e bevande analcoliche	125	138	152	+10%
TOTALE E	1 059	1 151	1 316	+14%
Vini	413	503	572	+13,7%
Birra ed altre bevande alcoliche	17	19	20	+4,7%
TOTALE F	430	522	591	+13,4%
TOTALE GENERALE	4 020	4 383	4 830	+10,2%

Fonte: Agence Bio / AND I 2014

E' importante notare che per **tutte le tipologie** di prodotto vi è stato dal 2012 al 2014 un **aumento importante del fatturato**. Le vendite dei prodotti alimentari dolci e salati (*épicerie sucrée e épicerie salée*), di salumi, di carne bovina, di bevande vegetali e vini hanno registrato i valori più elevati (mediamente tra +13% e 16%).

A seconda della tipologia di prodotto variano anche i canali di vendita: la gamma di prodotti venduti nei negozi specializzati bio è molto ampia. Prodotti alimentari dolci e salati sono i più venduti, seguiti da frutta e verdura, prodotti lattiero caseari e pane.

I prodotti lattiero caseari rappresentano la categoria principale di prodotti venduti nei banchi frigo dei supermercati.

Frutta, verdura, vino e carne sono acquistati presso il produttore, mentre i negozi al dettaglio vendono principalmente il pane, alcuni prodotti a base di carne e il vino.

Va ricordato che più della metà dei prodotti bio acquistati sono prodotti freschi.

I principali marchi della distribuzione organizzata francese bio

www.biocoop.fr

Punti vendita : 357

Fatturato : 657 milioni di €

Copertura : tutto il territorio

www.naturalia.fr

Punti vendita : 103

Fatturato : 130 milioni di €

Copertura : principalmente Parigi e periferia, Lione, Alsazia, e Marsiglia

www.lavieclaire.fr

Punti vendita : 230

Fatturato : 151 milioni di €

Copertura : tutto il territorio

www.nouveauxrobinson.fr

Punti vendita : 17 (dati 2011)

Fatturato : 33,5 milioni di € (dati 2011)

Copertura : Parigi e periferia

www.bio-c-bon.eu

Punti vendita : 18

Fatturato : NC

Copertura : Parigi e periferia

L COMMERCIO ESTERO

Il valore delle esportazioni francesi di prodotti bio è stato nel 2014 pari a 435 milioni di euro, in forte aumento rispetto ai 381 milioni di euro del 2013 (8,7% del fatturato globale).

Le vendite all'estero sono principalmente costituite da "vino biologico" (66%), dalle specialità alimentari dolci e salate (18%) e dalla frutta e verdura (14%).

Continuano a svilupparsi anche le esportazioni di prodotti lattiero caseari biologici.

Negli ultimi 5 anni, le **importazioni** di prodotti e materie prime hanno registrato, invece, un decremento, passando dal 38% del totale nel 2009 al 24% nel 2014.

Le importazioni sono costituite da:

- > 50% di prodotti esotici (banane e altri frutti tropicali, caffè, the, cacao etc.) e specialità gastronomiche tipiche di altri paesi (come i formaggi italiani);
- > 20% di prodotti nei quali la Francia non vanta specificità produttive particolari (riso, agrumi, soia, verdure mediterranee, altri prodotti alimentari);
- > 30% di prodotti per i quali la Francia ha una vocazione naturale ma una limitata offerta (cereali, frutta e verdura fresca o trasformata da coltivare in climi temperati)

Focus sulla ristorazione collettiva

L'introduzione di prodotti biologici nella ristorazione collettiva è una delle azioni della Legge "Grenelle 1" del 3 agosto 2009, tra i cui obiettivi rientra il promuovere e sostenere l'agricoltura biologica e la biodiversità.

A fine 2014 il mercato valeva 435 milioni di Euro (+14%) e costituiva il 4,1% del mercato dei prodotti alimentari biologici.

Il 59% degli impianti di ristorazione collettiva propongono prodotti biologici ai propri utenti: di questi, c.ca il 65% è costituito da impianti di ristorazione collettiva pubblici (mense scolastiche, ospedali, case di riposo etc.) che propongono nei menu prodotti biologici e c.ca il 35% da impianti privati, principalmente ristoranti.

Per quanto riguarda i luoghi di consumo collettivi, il biologico è proposto nel:

- > 73% delle scuole
- > 50% delle mense aziendali
- > 30% delle mense di istituti di cura e sociali

e sono biologici in grande misura i seguenti alimenti:

- > frutta fresca 87%
- > prodotti lattiero-caseari 80%
- > verdure fresche 78%
- >

Seguono tra le carni, il pollo e il vitello, e fra i prodotti alimentari, la pasta e il riso.

Anche i prodotti surgelati bio registrano forti aumenti e vengono utilizzati dal 42% dei ristoranti.

REGOLAMENTI APPLICATI ALLA COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI BIO

Dal 1° gennaio 2009 è in vigore il Regolamento CE n. 834/2007, che ha sostituito il regolamento CEE n. 2092/91 già modificato.

La nuova regolamentazione mantiene i fondamenti dell'agricoltura biologica legati al divieto di utilizzo di prodotti chimici e di sintesi, di OGM e loro derivati, di trattamenti ionizzanti.

Esso si applica all'insieme delle produzioni in agricoltura biologica ed a tutti i tipi di attività collegate (trasformazione, distribuzione, importazione); ha come obiettivi il rafforzamento del processo di armonizzazione normativo europeo in questo settore così come il rafforzamento della tutela del consumatore in merito all'identificazione dell'origine dei prodotti.

Il Regolamento CE n. 889/2008 ne definisce le modalità di applicazione.

Esso è stato, inoltre, recentemente completato dal Regolamento esecutivo UE n. 203/2012 che riguarda il vino di produzione biologica e che è in vigore dal 1 agosto 2012.

Agricoltori, imprese di raccolta, trasformatori che commercializzano prodotti bio, così come i distributori di prodotti Bio in genere devono obbligatoriamente far controllare e certificare la loro attività da uno dei seguenti organismi riconosciuti per competenza, imparzialità e indipendenza e accreditati presso le Autorità francesi.

Organismi di certificazione

Numero di codice	Nome	Indirizzo	Tel e fax	Sito internet
FR-BIO-01	Ecocert France	BP 47 32600 L'Isle Jourdain	T+33(0)562073424 F+33(0)562071167	www.ecocert.fr
FR-BIO-07	Agrocet	6, rue George Bizet 47200 Marmande	T+33(0)553203560 F+33(0)553209241	www.agrocet.fr
FR-BIO-09	Certipaq (marchi: Aclave/ Certipaq)	56, rue Roger Salengro 85013 La Roche sur Yon Cedex	T+33(0)251051492 F+33(0)251052711	www.bio.certipaq.com
FR-BIO-10	Bureau Veritas/ Qualité France	Zone France Immeuble «Le Villiers» 66 rue de Villiers 92300 LEVALLOIS-PERRET	T+33(0)155247000 F+33(0)155248088	www.qualite-france.com
FR-BIO-12	Certisud	70, Av. Louis Sallenave 64000 Pau	T+33(0)559023552 F+33(0)559842306	www.certisud.fr
FR-BIO-13	Certis	3, rue des Orchidées Immeuble le Millepertuis Le Landes d'Apigné 35650 Le Rheu	T+33(0)299608282 F+33(0)299608383	www.certis.com.fr
FR-BIO-15	Bureau Alpes Controles	PAE Les Galisins 3, impasse des Prairies 74940 Annecy-Le-Vieux	T+33(0)450640675 F+33(0)450642383	www.alpes-controles.fr
FR-BIO-16	Qualisud	15, Av. de l'Océan 40500 Saint Sever	T+33(0)558061521 F+33(0)558751336	www.qualisud.fr

Il risultato dell'attività di certificazione è l'apposizione del logo BIO europeo.



Dal 2010 l'apposizione del logo BIO europeo sull'etichetta del prodotto è diventato obbligatorio per tutti gli alimenti pre-imbottati di origine europea e composti da almeno il 95% di ingredienti biologici. E' apposta sugli imballaggi dei prodotti ed è accompagnata nel medesimo campo visivo dal numero di codice dell'organismo certificatore e dalla menzione dell'origine delle materie prime agricole.

A partire dalla introduzione dell'etichetta europea, il logo francese AB è facoltativo, ma il produttore francese ha tendenza ad apporlo perché più riconoscibile al consumatore.

INFORMAZIONI UTILI

Agence Bio

L'Agence Bio è un raggruppamento di interesse pubblico che riunisce il Ministero dell'Agricoltura, il Ministero dell'Ecologia, l'Assemblea permanente delle Camere Agricole, la Federazione delle Cooperative Agricole, la Federazione Nazionale d'agricoltura biologica delle Regioni francesi, l'Associazione nazionale dei trasformatori di prodotti naturali e di coltura biologica.

www.agencebio.org

PRINCIPALI SALONI

Sial - Salon International de l'Alimentation

16/20 ottobre 2016 - Paris Villepinte

www.sialparis.fr

Salon Ille et Bio

10/11 ottobre 2015 - Guichen

www.illeetbio.org

atexpo

18/20 ottobre 2015 - Parigi

www.natexpo.com

Marjolaine

7/15 novembre 2015 - Parigi

www.salon-marjolaine.com



THE EXTRAORDINARY

ITALIAN TASTE

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

**ICE-Agenzia | Parigi
parigi@ice.it**