Los productos biológicos en los Emiratos Árabes ascenderán un 13%

La demanda de productos biológicos en los Emiratos Árabes Unidos sigue creciendo y se estima que, en el plazo del 2024, ascenderá un 13% y tendrá como protagonistas las frutas y hortalizas frescas, que en la actualidad ya constituyen la prioridad de más del 50% de la población local.

Los datos se han dado a conocer durante el webinar organizado por ITA.BIO y Nomisma, la plataforma para la internacionalización del sector biológico Made in Italy promovida por ICE en colaboración con FederBio.

“La experiencia nos dice que sostenibilidad, origen y marca son los criterios de elección fundamentales de los habitantes de los Emiratos Árabes Unidos a la hora de adquirir productos biológicos", ha afirmado en su intervención **Werner Castiglioni**, director de Biosüdtirol, cooperativa del consorcio VOG dedicada exclusivamente a la producción de manzanas biológicas.

"Se trata de un mercado abierto y moderno; esta es la razón por la que los productos premium, así como los que se distinguen gracias a una marca, se hallan, también en el sector biológico, entre los que tienen mayores posibilidades de éxito”.

Según los datos publicados por Nomisma a lo largo del encuentro, para el ramo biológico italiano —que en 2021 ha generado ventas por valor de 4.900 millones de euros— l**a exportación representa una partida cada vez más importante.** Italia es el segundo país que más exporta en el mundo, detrás de los Estados Unidos de América, con 2.900 millones de euros de ventas, claramente por delante de otros países europeos como España y Francia. Entre los mercados de destino emergentes los Emiratos Árabes Unidos representan una oportunidad que las empresas que operan en este segmento (empezando por las del sector hortofrutícola) deberán estudiar con detenimiento.

El consorcio VOG, ya presente en los Emiratos con la marca Marlene®, ahora acaba de introducir también su producción biológica. “Las primeras pruebas bio que efectuamos hace varios años han arrojado resultados sumamente interesantes", explica Walter Pardatscher, director del consorcio VOG. **"Hemos decidido invertir en este mercado en pleno crecimiento, confiando en nuestra calidad y nuestras marcas, en primer lugar Bio Marlene® y Biosüdtirol®, pero también Giga® y RedPop®**, todas ellas posicionadas en la franja premium”. **“Utilizamos envases de cartón, muy apreciados por los consumidores locales**, y logramos distinguirnos en el mercado dando valor a nuestros socios", ha declarado Castiglioni en el congreso ITA.BIO. "Actualmente nos encontramos presentes en los puntos de venta de las principales firmas que operan en Dubái, como, por ejemplo, Carrefour o Waitrose”.

Encontrar socios locales fiables, sobre todo cuando la destinación está tan lejos, resulta ser un aspecto crucial en estos mercados. **“Nuestras manzanas se envían a los Emiratos Árabes Unidos en barco y llegan a su destino tras varias semanas de viaje"**, ha concluido el director de Biosüdtirol. "Establecer relaciones de colaboración con importadores y distribuidores conocedores de nuestros productos y que puedan informarnos regularmente sobre la marcha del mercado es fundamental para tener éxito”.

El incremento de la exportación, naturalmente, se ha visto ralentizado por la pandemia, dadas las de sobras conocidas repercusiones sobre la logística, pero sigue su marcha constante. **VOG, hoy**

día, exporta sus manzanas biológicas, que representan el 10% de la producción total del consorcio, en más de cuarenta países del mundo.