

GIUGNO 2022

EXPORT & MERCATI

Elaborato a cura dell'Ufficio Studi e Ricerche di Fondosviluppo S.p.A. per Confcooperative - Ufficio per le Politiche di Internazionalizzazione e Mercati

IL MERCATO DEL BIOLOGICO IN OLANDA

MERCATO
BIOLOGICO



FONDO
SVILUPPO

CONFCOOPERATIVE
—
INTERNAZIONALIZZAZIONE



IL MERCATO DEL BIOLOGICO IN OLANDA



SOMMARIO

1. IL MERCATO DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI

1.1. LE VENDITE IN VOLUME E VALORE

1.2. LE QUOTE DI MERCATO

1.3. LA DISTRIBUZIONE

1.4. LE PREVISIONI DI VENDITA

2. IL MERCATO DELLE BEVANDE BIOLOGICHE

2.1. LE VENDITE IN VOLUME E VALORE

2.2. LE QUOTE DI MERCATO

2.3. LA DISTRIBUZIONE

2.4. LE PREVISIONI DI VENDITA

IL MERCATO DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI

1.1 LE VENDITE IN VOLUME E VALORE

Dai dati di *Euromonitor International*, il mercato olandese degli alimenti biologici confezionati è in costante crescita nell'ultimo quinquennio, con volumi totali passati da 180,7 migliaia di tonnellate nel 2017 a **222,9 migliaia di tonnellate nel 2021**, conseguendo un incremento percentuale pari al **+23,4%**.

In aumento anche i ricavi, nel 2021 pari a 921,8 milioni di euro, che registrano un aumento del **+3,8%** rispetto all'anno precedente.

Da notare come il valore generato dalle vendite di **prodotti lattiero-caseari** costituisca la quota maggiore sul totale di ricavi (38,2% nel 2021).

IL VALORE DELLE VENDITE DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI, PER CATEGORIA (in milioni di euro)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati *Euromonitor International*

CATEGORIA	2017	2018	2019	2020	2021
Alimenti per bambini	2,0	30,8	33,9	37,8	41,2
Pane	94,2	102,6	114,7	128,1	126,7
Cereali da colazione	25,0	25,9	27,1	29,2	29,3
Carne e pescato lavorati refrigerati	44,8	46,5	48,6	50,8	51,4
Pasticceria e confetteria	31,6	34,0	36,1	39,0	41,6
Lattiero-caseario	246,6	272,4	300,0	328,0	352,5
Olio commestibile	35,2	35,9	39,1	43,9	44,8
Carne, pescato, frutta e ortaggi surgelati	13,9	15,2	16,5	18,4	18,5
Gelato	6,7	7,1	7,5	7,8	8,0
Piatti pronti	8,1	8,4	8,8	9,4	9,4
Riso, pasta e noodles	29,7	31,0	32,2	36,8	35,1
Salse, sughi pronti e condimenti	15,1	16,7	18,4	20,9	20,3
Snack salati	34,8	36,3	37,8	40,8	43,3
Carne, pescato, frutta e ortaggi stabile a scaffale	14,4	15,4	16,5	18,1	18,2
Zuppe	13,4	14,2	15,1	16,6	16,2
Creme spalmabili	19,6	20,7	21,7	23,2	23,0
Biscotti e snack dolci (anche a base di frutta)	31,8	34,3	36,6	39,6	42,3
TOTALE	691,7	747,4	810,4	888,3	921,8

I VOLUMI DI VENDITA RETAIL DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI (in migliaia di tonnellate)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati *Euromonitor International*



Fonte: Banca dati Passport - *Euromonitor International* - Estrazioni al 03/06/2022

Fonte: Banca dati Passport - *Euromonitor International* - Estrazioni al 03/06/2022

1.2 LE QUOTE DI MERCATO

Con riferimento agli assetti competitivi, **il mercato degli alimenti biologici confezionati risulta essere fortemente frammentato**. Nessun produttore detiene una posizione di dominanza.

Nel 2021 la principale azienda in termini di quota di mercato risulta essere la **Arla Foods Amba** con il brand *Arla* (6,4%, +1 punto percentuale rispetto al 2017).

Da segnalare che ai **Private Label** è riconducibile il **47,0% di prodotti a scaffale**, percentuale in costante crescita (+1,5 punti percentuali) rispetto al 2017.

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI, PER BRAND E SOCIETÀ*

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

BRAND	SOCIETÀ	2017	2018	2019	2020	2021
<i>Arla</i>	Arla Foods Amba	5,5%	5,4%	6,4%	6,4%	6,4%
<i>Bio+</i>	Stichting Merkartikel Bio+	4,9%	4,9%	5,0%	5,0%	5,0%
<i>Campina</i>	Royal FrieslandCampina NV	2,7%	2,9%	3,0%	3,3%	3,1%
<i>Zuiver Zuivel</i>	Weerribben Zuivel BV	2,5%	2,6%	2,7%	2,8%	2,8%
<i>Molenaar</i>	Udea BV	-	-	-	2,3%	2,2%
<i>Biorganic</i>	Biorganic BV	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%
<i>Trafo</i>	FZ Organic Food BV	1,4%	1,4%	1,4%	1,3%	1,3%
<i>Ella's Kitchen</i>	Hain Celestial Group Inc, The	0,6%	1,0%	1,3%	1,3%	1,3%
<i>Bastiaansen</i>	Bio Kaas BV	1,0%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%
<i>Zonnatura</i>	Ecotone	-	-	-	-	-
<i>Ekoland</i>	Udea BV	-	-	-	0,8%	0,8%
<i>Biobim</i>	Joannusmolen BV	0,8%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%
<i>Unox</i>	Unilever Group	0,7%	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%
Private Label	Private Label	45,5%	44,8%	46,2%	46,5%	47,0%
<i>Artigianale</i>	Artigianale	1,6%	1,6%	1,6%	1,5%	1,6%
<i>Altri</i>	Altri	31,5%	31,8%	28,7%	25,1%	24,9%
TOTALE	TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

1.3 LA DISTRIBUZIONE

Il negozio fisico rimane di gran lunga la prima scelta per i consumatori (88,9%) dove a prevalere sono i supermercati (49,5% nel 2021) seguiti dai discount (14,4%). Entrambi i canali hanno mantenuto un'importanza costante negli ultimi cinque anni. In particolare, la distribuzione al dettaglio moderna ha guadagnato quote di mercato (+1,2 p.p./2017) a discapito dei punti vendita tradizionali che hanno fatto registrare una flessione di -1 punti percentuali rispetto al 2017.

Di assoluto rilievo il **canale e-commerce** attraverso il quale, nel 2021, sono transitati il 10,7% degli acquisti.

LA DISTRIBUZIONE DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI, QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA*

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

CANALE E SOTTO CANALE DI DISTRIBUZIONE	2017	2018	2019	2020	2021
VENDITA AL DETTAGLIO IN NEGOZIO	88,7%	88,8%	88,8%	88,8%	88,9%
Vendita al dettaglio grocery	86,0%	86,1%	86,1%	86,0%	86,1%
Distribuzione al dettaglio moderna	73,1%	73,5%	73,8%	74,0%	74,3%
Convenience stores	6,2%	6,3%	6,3%	6,3%	6,3%
Discount	14,0%	14,1%	14,3%	14,4%	14,4%
Negozi di vicinato	-	-	-	-	-
Ipermercati	3,8%	3,9%	3,9%	3,9%	4,0%
Supermercati	49,1%	49,3%	49,3%	49,4%	49,5%
Distribuzione al dettaglio tradizionale	12,9%	12,5%	12,2%	12,0%	11,9%
Rivenditori specializzati	-	-	-	-	-
Piccoli rivenditori indipendenti	11,3%	11,0%	10,7%	10,6%	10,5%
Altri rivenditori al dettaglio	1,6%	1,5%	1,5%	1,4%	1,4%
Specialisti non-grocery	-	-	-	-	-
Dettaglianti misti	-	-	-	-	-
VENDITA AL DETTAGLIO NON IN NEGOZIO	11,3%	11,2%	11,2%	11,2%	11,1%
Distribuzione automatica	-	-	-	-	-
Vendita in tv	-	-	-	-	-
E-commerce	10,6%	10,6%	10,6%	10,7%	10,7%
Vendita diretta	0,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,5%
TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

1.4 LE PREVISIONI DI VENDITA

Secondo le stime di ***Euromonitor International***, nel prossimo quinquennio è lecito attendersi una crescita ulteriore e costante del mercato degli alimenti biologici confezionati.

Già a partire dal **2022**, i **volumi di vendita** dovrebbero aumentare del +2,1% rispetto al 2021, fino ad arrivare nel 2026 a quota 253,1 migliaia di tonnellate (+13,5%/2021).

Allo stesso modo, si prospetta **un continuo aumento anche per i ricavi**, che nel 2026 dovrebbero attestarsi a più di 1,1 miliardi di dollari (+24,6%/2021), trainati ancora dalle vendite dei **prodotti lattiero-caseari** che si stima cresceranno del +34,4% tra il 2021 e il 2026.

PREVISIONI ATTESE DEI VOLUMI DI VENDITA RETAIL DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI (in migliaia di tonnellate)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International



Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

PREVISIONI ATTESE DEL VALORE DELLE VENDITE DEGLI ALIMENTI BIOLOGICI CONFEZIONATI, PER CATEGORIA (in milioni di euro)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Alimenti per bambini	41,2	43,5	45,6	47,3	49,6	52,0
Pane	126,7	125,8	126,3	132,7	140,8	149,1
Cereali da colazione	29,3	29,5	30,0	31,1	32,6	34,1
Carne e pescato lavorati refrigerati	51,4	52,2	53,2	54,9	56,8	58,8
Pasticceria e confetteria	41,6	43,6	45,5	47,3	48,8	50,5
Lattiero-caseario	325,5	374,7	396,8	419,0	444,3	473,6
Olio commestibile	44,8	46,7	48,8	51,3	54,4	57,4
Carne, pescato, frutta e ortaggi surgelati	18,5	18,8	19,1	20,0	21,3	22,8
Gelato	8,0	8,2	8,4	8,6	8,7	8,8
Piatti pronti	9,4	9,4	9,5	9,8	10,1	10,4
Riso, pasta e noodles	35,1	35,4	35,9	36,8	37,8	38,9
Salse, sughetti pronti e condimenti	20,3	20,1	20,2	21,4	22,9	24,4
Snack salati	43,3	45,3	46,5	47,3	47,8	48,2
Carne, pescato, frutta e ortaggi stabile a scaffale	18,2	18,4	18,6	19,4	20,3	21,1
Zuppe	16,2	16,0	16,2	16,8	17,8	18,6
Creme spalmabili	23,0	23,1	23,3	24,1	25,3	26,4
Biscotti e snack dolci (anche a base di frutta)	42,3	44,6	46,8	48,9	51,2	53,4
TOTALE	921,8	955,3	990,8	1.036,7	1.090,5	1.148,4

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

**Questi dati si riferiscono alla situazione economica prima dell'acuirsi delle tensioni tra Federazione Russa e Ucraina.

IL MERCATO DELLE BEVANDE BIOLOGICHE

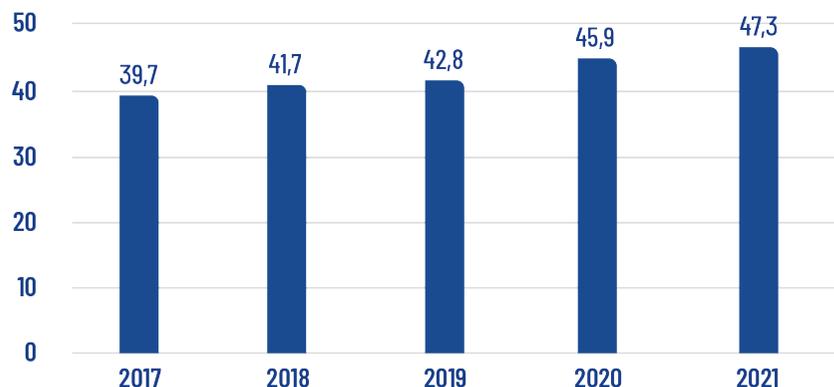
2.1 LE VENDITE IN VOLUME E VALORE

Come per gli alimenti biologici confezionati, anche **il mercato olandese delle bevande biologiche mostra segnali di continua crescita**. Nel 2021 raggiunge la quota di **47,3 migliaia di litri**, con un incremento del +19,1% rispetto alle 39,7 migliaia di litri registrati nel 2017.

Aumentano per il quinto anno consecutivo **anche i ricavi**, che nel 2021 si attestano a **194,5 milioni di euro**, in crescita del **+37,7% rispetto al 2017**. **Tè e succhi di frutta/verdura** i prodotti maggiormente acquistati dai consumatori olandesi. Nel 2021 il mercato del tè ha generato un volume di affari pari a 73,4 milioni di euro (pari al 37,7% del fatturato complessivo) mentre per i succhi di frutta/verdura i ricavi hanno superato la soglia dei 41,7 milioni di euro (pari al 21,4% dei ricavi totali).

I VOLUMI DI VENDITA RETAIL DELLE BEVANDE BIOLOGICHE (in migliaia di litri)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International



Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

IL VALORE DELLE VENDITE DELLE BEVANDE BIOLOGICHE, PER CATEGORIA (in milioni di euro)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA	2017	2018	2019	2020	2021
BEVANDE CALDE	75,50	83,90	91,70	107,60	111,10
Caffè	31,10	33,50	35,30	41,10	37,70
Caffè fresco	31,10	33,50	35,30	41,10	37,70
Caffè istantaneo	-	-	-	-	-
Tè	44,40	50,40	56,50	66,50	73,40
Tè nero	9,80	10,00	9,90	10,50	11,60
Tè alle erbe/frutti	22,20	26,20	30,60	37,00	41,50
Tè verde	12,40	14,10	16,00	19,10	20,40
Altre bevande calde	-	-	-	-	-
Bevande in polvere al gusto cioccolato	-	-	-	-	-
Bevande calde vegetali e di malto	-	-	-	-	-
BEVANDE ANALCOLICHE	65,70	70,10	74,10	79,50	83,40
Bevande gassate (esclusa Coca-cola)	25,80	28,00	29,80	33,10	36,00
Concentrati	4,50	4,90	5,10	5,40	5,60
Concentrati liquidi	4,50	4,90	5,10	5,40	5,60
Concentrati in polvere	-	-	-	-	-
Succhi di frutta/verdura	35,40	37,10	39,20	41,00	41,70
Succo 100% (no conservanti, coloranti e zuccheri)	19,20	20,20	21,30	21,90	22,10
Bevanda di frutta (fino al 24% di succo)	-	-	-	-	-
Nettare (25-99% succo)	16,30	16,90	17,90	19,10	19,60
TOTALE	141,20	153,90	165,90	187,10	194,50

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

2.2 LE QUOTE DI MERCATO

Anche il mercato delle bevande biologiche confezionate appare abbastanza frammentato. Il principale player è la società **Ecotone, che con i prodotti Clipper, Piramide e Zonnatura** detiene una quota del 19,7%, nonostante sia entrata nel mercato solo nel 2021. A seguire **East West Tea Co LLC** con il 6,2% e **IMS Höllinger GmbH** con il 5,4%.

Da segnalare come il **21,7% delle bevande biologiche siano riconducibili ai marchi dei distributori (Private Label)**, in calo di 2,2 punti percentuali nel quinquennio 2017-2021.

LE QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA DELLE BEVANDE BIOLOGICHE, PER BRAND E SOCIETÀ*

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

BRAND	SOCIETÀ	2017	2018	2019	2020	2021
Clipper	Ecotone	-	-	-	-	9,8%
Yogi Tea	East West Tea Co LLC	7,2%	7,1%	6,9%	6,3%	6,2%
Piramide	Ecotone	-	-	-	-	5,7%
Höllinger	IMS Höllinger GmbH	5,9%	5,6%	5,3%	5,2%	5,4%
Bionade	Hassia Gruppe	-	5,0%	5,3%	5,1%	5,3%
Pukka	Unilever Group	1,4%	1,9%	2,7%	4,1%	4,7%
Zonnatura	Ecotone	-	-	-	-	4,2%
Ekoland	Maspex Wadowice Grupa	3,6%	3,3%	3,1%	2,8%	2,7%
Lemonaïd	Lemonaïd Beverages GmbH	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%	2,2%
Bio+	Stichting Merkartikel Bio+	3,4%	2,8%	2,3%	2,1%	1,8%
Australian	Australian Homemade Corp	1,4%	1,3%	1,3%	1,7%	1,6%
Simon Lévelt	Simon Lévelt BV	1,5%	1,4%	1,4%	1,4%	1,4%
Celestial Seasonings	Hain Celestial Group Inc, The	0,5%	0,6%	0,7%	0,7%	0,8%
Private Label	Private Label	23,9%	23,3%	23,2%	22,7%	21,7%
Altri	Altri	49,6%	46,4%	46,4%	46,3%	26,7%
TOTALE	TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

2.3 LA DISTRIBUZIONE

Nel **2021, l'85,3%** dei consumatori predilige acquistare presso i **punti vendita fisici**. I **supermercati** sono il **principale canale di distribuzione** (49,7% nel 2021). Successivamente, tra i canali fisici tradizionali, troviamo i **piccoli rivenditori indipendenti** con l'11,2% della distribuzione nel 2021.

Notevole, nell'ultimo quinquennio, la crescita degli acquisti tramite il canale **e-commerce**: si è passati da una quota del 10,4% del 2017 al 14,7% nel 2021.

LA DISTRIBUZIONE DELLE BEVANDE BIOLOGICHE, QUOTE DI MERCATO PER VALORI DI VENDITA*

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

CANALE E SOTTO CANALE DI DISTRIBUZIONE	2017	2018	2019	2020	2021
VENDITA AL DETTAGLIO IN NEGOZIO	89,6%	89,7%	89,6%	85,5%	85,3%
Vendita al dettaglio grocery	86,9%	86,9%	86,7%	83,4%	82,9%
Distribuzione al dettaglio moderna	64,7%	64,7%	64,7%	62,4%	62,2%
Convenience stores	6,2%	6,3%	6,2%	6,2%	6,0%
Discount	3,7%	3,6%	3,6%	3,8%	3,9%
Negozi di vicinato	-	-	-	-	-
Ipermercati	3,0%	2,9%	2,9%	1,7%	2,6%
Supermercati	51,8%	51,9%	52,0%	50,7%	49,7%
Distribuzione al dettaglio tradizionale	22,3%	22,2%	22,0%	21,1%	20,7%
Rivenditori specializzati	9,3%	9,4%	9,3%	6,6%	8,2%
Piccoli rivenditori indipendenti	12,1%	12,0%	11,7%	13,2%	11,2%
Altri rivenditori al dettaglio	0,9%	0,8%	1,0%	1,3%	1,3%
Specialisti non-grocery	2,7%	2,8%	2,9%	2,0%	2,4%
VENDITA AL DETTAGLIO NON IN NEGOZIO	10,4%	10,3%	10,4%	14,5%	14,7%
Distribuzione automatica	-	-	-	-	-
Vendita in tv	-	-	-	-	-
E-commerce	10,4%	10,3%	10,4%	14,5%	14,7%
Vendita diretta	-	-	-	-	-
TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

2.4 LE PREVISIONI DI VENDITA

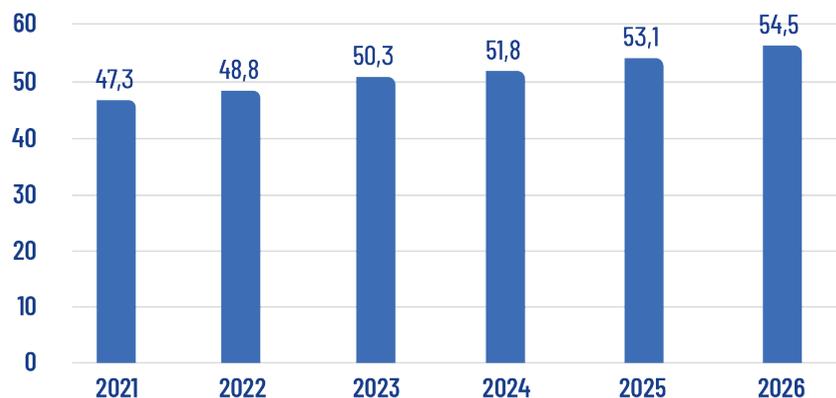
Le previsioni di *Euromonitor International* stimano un **aumento dei volumi totali di vendita** per l'intero periodo di rilevazione.

Nello specifico, **già a partire dal 2022 si prospetta un incremento delle vendite** del +3,2% rispetto all'anno precedente, arrivando nel 2026 ad un volume pari a 54,5 migliaia di litri (+15,2%/2021).

Si prevede, inoltre, un continuo aumento anche per i **ricavi** che dovrebbero attestarsi nel 2026 ad un livello pari a 222,3 milioni di euro (+14,3%/2021). Tra le diverse categorie oggetto del report, a trainare tale crescita saranno principalmente le **bevande gassate**, i cui acquisti nel 2026 si prevede aumenteranno del +26,9% rispetto ai valori del 2021.

PREVISIONI ATTESE DEI VOLUMI DI VENDITA RETAIL DELLE BEVANDE BIOLOGICHE (in migliaia di litri)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International



Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022

**Questi dati si riferiscono alla situazione economica prima dell'acuirsi delle tensioni tra Federazione Russa e Ucraina.

PREVISIONI ATTESE DEL VALORE DELLE VENDITE DELLE BEVANDE BIOLOGICHE, PER CATEGORIA (in milioni di euro)

Elaborazione Confcooperative e FondoSviluppo su dati Euromonitor International

CATEGORIA	2021	2022	2023	2024	2025	2026
BEVANDE CALDE	111,1	113,6	116,1	118,7	121,6	124,8
Caffè	37,7	37,2	37,5	38,3	39,5	41,2
Caffè fresco	37,7	37,2	37,5	38,3	39,5	41,2
Caffè istantaneo	-	-	-	-	-	-
Tè	73,4	76,4	78,5	80,4	82,1	83,6
Tè nero	11,6	10,8	10,8	11,1	11,4	11,7
Tè alle erbe/frutti	41,5	44,2	45,3	45,8	46,3	46,8
Tè verde	20,4	21,4	22,5	23,5	24,4	25,2
Altre bevande calde	-	-	-	-	-	-
Bevande in polvere al gusto cioccolato	-	-	-	-	-	-
Bevande calde vegetali e di malto	-	-	-	-	-	-
BEVANDE ANALCOLICHE	83,4	86,5	89,4	92,3	94,9	97,5
Bevande gassate (esclusa Coca-cola)	36,0	38,3	40,3	42,2	43,9	45,7
Concentrati	5,6	5,7	5,8	5,9	6,0	6,1
Concentrati liquidi	5,6	5,7	5,8	5,9	6,0	6,1
Concentrati in polvere	-	-	-	-	-	-
Succhi di frutta/verdura	41,7	42,5	43,3	44,1	44,9	45,8
Succo 100% (no conservanti, coloranti e zuccheri)	22,1	22,5	23,0	23,4	23,7	24,1
Bevanda di frutta (fino al 24% di succo)	-	-	-	-	-	-
Nettare (25-99% succo)	19,6	19,9	20,3	20,7	21,2	21,7
TOTALE	194,5	200,1	205,5	211,0	216,5	222,3

Fonte: Banca dati Passport - Euromonitor International - Estrazioni al 03/06/2022



EXPORT & MERCATI è un prodotto di

**Confcooperative – Ufficio per le Politiche di
Internazionalizzazione e Mercati**

Dipartimento Politiche per lo Sviluppo Sostenibile

*Realizzato con il supporto tecnico dell'Ufficio Studi e
Ricerche di Fondosviluppo S.p.A.*

Confcooperative – Confederazione Cooperative Italiane

☎ +39 06 680001

📍 Via Torino 146, 00184 Roma

🌐 www.internazionalizzazione.confcooperative.it

✉ internationaloffice@confcooperative.it

📘 www.facebook.com/ConfcoopExport/

🐦 @ConfcoopMercati

Fondosviluppo S.p.A – Ufficio Studi e Ricerche

☎ +39 06 4807081

📍 Via Torino 153, 00184 Roma

🌐 www.fondosviluppo.it

✉ fondosviluppo@confcooperative.it

✉ fondosviluppo@legalmail.it