ItaliaOggi

Dir. Resp.: Paolo Panerai
Tiratura: n.d. Diffusione: n.d. Lettori: n.d.

Edizione del: 22/09/14
Estratto da pag.: 18
Foglio: 1/2

Sezione: EVIDENZA

*Nonostante la crisi il settore cresce. Merito anche della capacità di innovazione delle aziende*

# Consumi, tutti pazzi per il bio

## *In cinque mesi acquisti di cibo in aumento del 17,3%*

*Pagina a cura*
DI SIBILLA DI PALMA

Tutela dell'ambiente e della biodiversità, agricoltura sostenibile. Tematiche verso le quali la sensibilità dei consumatori è in crescita e che spinge il mercato del biologico, a dispetto della crisi. Come dimostrano i numeri, considerato che nei primi cinque mesi dell'anno gli acquisti di cibo biologico presso la gdo sono aumentati del 17,3% rispetto allo stesso periodo del 2013 (mentre la spesa agroalimentare tradizionale ha visto un calo dell'1,4%). Merito anche della capacità di innovazione delle aziende del settore che, tramite i loro prodotti e il lancio di nuove linee, puntano a conquistare sempre più consumatori proponendo un nuovo stile di vita, green oriented e più salutare.

**Cibo bio, consumi in crescita.** Secondo le elaborazioni Ismea dei dati del Panel famiglie Gfk-Eurisko, nei primi cinque mesi del 2014 gli acquisti domestici di biologico confezionato nella Gdo sono aumentati del 17,3% in valore, mentre nello stesso periodo la spesa agroalimentare è risultata in flessione dell'1,4%. Il dato più alto degli ultimi 12 anni, confermato anche nel canale specializzato.

Inoltre, in base al rapporto «Bio in cifre 2014», elaborato dal Sinab (Sistema d'informazione nazionale sull'agricoltura biologica) e da Ismea, gli operatori del settore al 31 dicembre 2013 risultavano essere 52.383, in crescita del 5,4% rispetto ai dati riferiti al 2012.

Un aumento che ha interessato anche la superficie coltivata secondo il metodo biologico che al 31 dicembre 2013 era pari a 1.317.177 ettari, in salita del 12,8% rispetto all'anno precedente.

A spiccare per la maggior presenza di aziende agricole biologiche è la Sicilia, seguita dalla Calabria, mentre sul fronte delle aziende di trasformazione impegnate nel settore la leadership spetta alla Toscana, seguita da Emilia-Romagna e Puglia.

«I dati Sinab e Ismea dimostrano che il comparto del bio può davvero rappresentare il futuro dell'agroalimentare italiano», sottolinea Paolo Carnemolla, presidente di FederBio. «Le superfici coltivate con metodo biologico sono cresciute, sino a rappresentare circa il 10% del totale della superficie agricola nazionale, anche se con ancora forti squilibri territoriali dovuti all'assenza di una politica per il settore di livello nazionale». Inoltre, aggiunge il presidente, «molte nuove aziende agricole, perlopiù condotte da giovani, scelgono la via del bio». Un trend dettato in primo luogo dalla crescente attenzione al benessere dell'uomo e dell'ambiente. Oltre che dalla capacità di innovazione con cui le imprese bio puntano a conquistare nuovi consumatori.

Soprattutto attraverso il lancio di nuove linee di prodotto, tra le quali spiccano paste speciali, prodotti a base di kamut, farro o pensati per la crescente platea di vegetariani, vegani e persone con intolleranze alimentari.

**Innovazione e attenzione al consumatore le carte vincenti.** Tra le aziende che operano nel settore c'è Ecornaturasì, gruppo di 610 dipendenti che lo scorso anno ha realizzato un fatturato di 230 milioni di euro, di cui fanno parte le catene di negozi biologici NaturaSì e Cuorebio. «Nei nostri supermercati notiamo una piacevole sensibilità verso tematiche come la tutela dell'ambiente, della biodiversità e della fertilità della terra», sottolinea Roberto Zanoni, direttore generale di EcorNaturaSì, «e ci rendiamo conto che i consumatori prestano anche molta attenzione all'agricoltura sostenibile, che garantisce nutrimento al terreno e che offre un futuro all'agricoltura». Il gruppo conta attualmente 120 punti vendita Naturasì e 290 negozi Cuorebio e ha di recente lanciato un progetto di e-commerce. «I nostri punti vendita vogliono essere il luogo nel quale il consumatore comprende il valore dell'agricoltura bio e il lavoro degli agricoltori che hanno scelto il bio; il luogo nel quale il consumatore si sente parte di un sistema verso il quale si sente co-responsabile», aggiunge Zanoni.

Punta molto sull'innovazione il gruppo Pedon, azienda di Molvena, in provincia di Vicenza, che impiega 600 dipendenti e che lo scorso anno ha realizzato un fatturato di 90 milioni di euro (con la previsione di chiudere l'anno in corso superando i 100 milioni). Merito di una strategia che punta a «proporre prodotti innovativi, in grado di trasmettere benessere, che semplificano la vita e che siano green oriented», sottolinea Luca Zocca, direttore marketing dell'azienda. Le linee del gruppo includono infatti prodotti realiz-

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

064-108-080

Telpress Servizi di Media Monitoring

zati con materie prime bio/naturali, spesso già pronti o dai tempi di cottura ridotti. Un orientamento sostenibile evidente anche nell'uso ridotto del packaging e nel ricorso a plastiche riciclate per confezionare gli alimenti.

Ha infine un forte orientamento all'innovazione anche Con.Bio., azienda del Riminese (60 dipendenti) presente nei negozi biologici specializzati, negli ipermercati e supermercati della Gdo e nell'Horeca con i marchi BioAppetì, Lupino Bio e Conbio. Innovazione che si esprime «sia da un punto di vista tecnologico per garantire la massima sicurezza alimentare», sottolinea Paolo Franceschini, amministratore unico di Con.Bio., «sia per quanto concerne prodotti, formati e packaging, con l'obiettivo di abbinare gusto, benessere e la praticità del piatto pronto nella creazione di ogni singola ricetta». L'azienda offre in particolare una vasta gamma di prodotti per chi cerca soluzioni nell'alimentazione vegetale e biologica. «Dalle statistiche emerge, infatti, che un italiano su dieci è vegetariano o vegano e sei italiani su dieci acquistano prodotti biologici», osserva Franceschini. «Ciò che sta avvenendo è una vera e propria rivoluzione delle abitudini di consumo verso un'alimentazione più consapevole». L'obiettivo per i prossimi mesi è continuare a crescere (l'azienda prevede di mettere a segno per l'anno in corso oltre 8 milioni di euro di fatturato), triplicando la capacità produttiva grazie all'apertura di un nuovo stabilimento, inserendosi anche nel mondo del surgelato e incrementando l'export.

© Riproduzione riservata-

## Il biologico in numeri

**Il mercato**

- Secondo le elaborazioni Ismea dei dati del Panel famiglie Gfk-Eurisko, nei primi cinque mesi del 2014 gli acquisti domestici di biologico confezionato nella gdo sono aumentati del 17,3% in valore, mentre nello stesso periodo la spesa agroalimentare è risultata in flessione (-1,4%). Il dato più alto degli ultimi 12 anni, confermato anche nel canale specializzato.
- In base al rapporto «Bio in cifre 2014», elaborato dal Sinab - Sistema d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica, e da Ismea, la superficie coltivata secondo il metodo biologico al 31 dicembre 2013 era pari a 1.317.177 ettari, in aumento del 12,8% rispetto all'anno precedente.
- In aumento anche gli operatori del settore che al 31 dicembre 2013 risultavano essere 52.383, in crescita del 5,4% rispetto ai dati riferiti al 2012.
- A spiccare per la maggior presenza di aziende agricole biologiche è la Sicilia, seguita dalla Calabria, mentre sul fronte delle aziende di trasformazione impegnate nel settore la leadership spetta alla Toscana, seguita da Emilia-Romagna e Puglia.
- Tra le aziende la carta vincente è l'innovazione con cui le imprese bio puntano a conquistare nuovi consumatori. Soprattutto attraverso il lancio di nuove linee di prodotto, tra le quali spiccano paste speciali, prodotti a base di kamut, farro o pensati per la crescente platea di vegetariani, vegani e persone con intolleranze alimentari.

Il presente documento è ad uso esclusivo del committente.

064-108-080

Telpress Servizi di Media Monitoring