



Bio Bank/Rosa Maria Bertino

BioFach di Norimberga

vetrina mondiale del biologico

Oltre 51mila visitatori da più di 130 Paesi, tante le novità. Tendenze: **vegan e cibi “senza”, specialità tradizionali e regionali che incrociano bio e gourmet, super food e probiotici**

**ROSA MARIA
BERTINO**

Tutto ciò che emerge di nuovo nel settore del biologico passa da qui. E per toccare con mano l'innovazione è qui che bisogna venire.

Alla quarta giornata mondiale del biologico, che si è tenuta a Norimberga dal 15 al 18 febbraio, infatti, hanno partecipato espositori provenien-

ti da quasi 90 Paesi, mentre i visitatori sono giunti da oltre 130 Paesi. Nazione dell'anno di questa 28ª edizione, la Germania.

A ridare alle percezioni le giuste proporzioni ci pensa **Joseph Wilhelm**, pioniere del biologico in Germania insieme a Jennifer Vermeulen e fondatore di Rapunzel, una delle maggiori



Bio Bank/Rosa Maria Bertino



Bio Bank/Rosa Maria Bertino

aziende tedesche di produzione e distribuzione di alimenti bio. Alla domanda sul futuro del biologico risponde aprendosi in un largo sorriso: «Ci attendono grandi sfide, il bio è al 4% del mercato in Germania, resta ancora da conquistare il 96%!».

Oltre 51mila i visitatori che hanno affollato i sette padiglioni della manifestazione, su una superficie espositiva di oltre 47.500 metri quadri. Ad accoglierli, 2.785 espositori, compresi i 259 della collegata Vivaness sulla cosmesi.

Una fiera decisamente internazionale, ma con il centro di gravità nella Vecchia Europa: il 60% degli espositori proviene infatti da cinque Paesi europei. Al primo posto la Germania, con 824 aziende. Segue l'Italia, da sempre la nazione con la rappresentanza più significativa, con 369 operatori. Poi Francia (177), Spagna (156) e Olanda (116).

Ispirazioni e nuovi prodotti

Il cuore pulsante di BioFach resta la vetrina con quasi 600 novità. L'ingresso centrale e spettacolare si apre su questo tempio, dove gli operatori cercano ispirazione per nuovi prodotti, colgono i trend emergenti o vanno semplicemente a caccia di prodotti da distribuire.

Tra le tendenze si confermano gli alimenti vegani, forse quelli dove l'innovazione di prodotto raggiunge le punte più avanzate, non solo offrendo la versione veg di carni e formaggi, ma inventando nuove categorie alimentari a partire da processi produttivi innovativi, impensabili fino a ieri.

Seguono i "cibi comodi", ovvero quelli ad alto contenuto di servizio (*convenience food*), per

mangiare sano senza dedicare troppo tempo ai fornelli e, sempre di più, per disporre di un cibo sano da portare con sé, al lavoro o in giro. Una costante sono anche le specialità alimentari (*delikatessen*), che incrociano bio e gourmet per i palati più raffinati, e i prodotti regionali, che fanno del legame con il territorio il proprio punto di forza.

Non mancano i sapori esotici tra cui emerge quest'anno in modo eclatante il cocco, vero toccasana in mille varianti: acqua di cocco, latte, olio, zucchero, sciroppo, yogurt, creme per

Nella pagina a fianco, l'area dedicata alle novità alimentari all'ingresso di BioFach. Sopra, da sinistra, Helga Willer, ricercatrice di FiBL, istituto svizzero di ricerca sull'agricoltura biologica; Joseph Wilhelm, fondatore di Rapunzel

DALLA FIERA AI NEGOZI IN CITTÀ: UNA SPESA TUTTA SALUTE

Per chiudere il cerchio, a Norimberga bisogna fare la spesa in città. Prima tappa da **Ebi Naturkost** che, appena aperto, fa parte di una catena regionale di negozi specializzati. Migliaia le referenze, fornitissima l'enoteca all'ingresso, doppio reparto per frutta e verdura (quella più deperibile è in un'area a temperatura controllata); nel banco gastronomia abbondano carni, salumi e formaggi prodotti nel raggio di 130 km, il forno collegato al bistro è un trionfo di dolce e salato.

Pochi passi e siamo da **Aldi**, colosso tedesco del discount, che sta preparando lo sbarco in Italia. Esposizione razionale e spartana, identificazione dei prodotti bio immediata grazie ai cartoni verdi con marca del distributore, uno *smile* formato dalla scritta "bio" e logo dell'Unione Europea per il bio. Almeno un centinaio le proposte che interessano tutte le categorie, ortofrutta, freschi e surgelati compresi. Nello stesso stabile troviamo il supermercato **Rewe**, che offre un'ampia gamma di prodotti a marchio Rewe Bio. Sullo scaffale l'opzione bio è sempre presente tra le altre. Per l'ortofrutta isola dedicata, ma solo con prodotto confezionato. Quello che accade ora in Italia con l'esplosione del bio in supermercati e discount, in Germania è già da tempo una realtà.

UNA CRESCITA A DOPPIA CIFRA: IL RAPPORTO 2015 DI FIBL

Si chiama **Helga Willer** la donna dei numeri del bio mondiale. Ricercatrice di FIBL, prestigioso istituto svizzero di ricerca sull'agricoltura biologica, presenta ogni anno a BioFach il volume fitto di statistiche *The World of Organic Agriculture*. Senza questo prezioso lavoro di collezionamento di dati provenienti da 179 Paesi, con il contributo di 200 esperti, la crescita del bio non avrebbe una metrica. Giunto alla 18ª edizione e curato quest'anno con Julia Lernoud, il rapporto è aggiornato al 2015.

«Il mercato del biologico in Europa continua a crescere – afferma Willer – e per la prima volta dall'inizio della crisi finanziaria cresce a doppia cifra. Nel 2015 è aumentato del 13%, sfiorando i 30 miliardi di euro. In Francia e in Italia la crescita è del 15%, in Germania dell'11%».

E anche a livello mondiale gli indicatori hanno tutti il segno più. Gli operatori crescono del 7,2% rispetto al 2014, arrivando a 2,4 milioni. Le superfici raggiungono quota 50,9 milioni di ettari. Ma resta un problema: la produzione non tiene il passo con la domanda, perché il numero di trasformatori e importatori cresce più rapidamente di quello dei produttori. Mancano strategie chiare per il settore e politiche di sostegno alle filiere corte, che hanno importanti ricadute ambientali e sociali.

Il volume è disponibile in versione digitale al link:

<http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2017.html>

L'ingresso centrale di BioFach, che quest'anno ha visto un eccezionale afflusso di visitatori, provenienti da ogni parte del mondo

cucinare e spalmabili, gelati, barrette e persino gustosissime chips.

Non si arresta l'ondata di “super food” e “super frutti”, cibi che nutrono e insieme curano. Quest'anno i nomi ricorrenti sono *chia*, *matcha*, *moringa*, *aronia*, poi canapa e – immancabili – zenzero e curcuma. Secondo gli esperti nuovi impulsi per il settore arriveranno dalle alghe,



Bio Bank/Rosa Maria Berfino

veri e propri ingredienti della salute da integrare nella propria alimentazione.

E, per finire, i “cibi senza” (*free from*), ovvero quelli che escludono ingredienti sgraditi per intolleranze, allergie alimentari o per scelta dietetica. E anche il cibo crudo, *in primis* il cioccolato con una infinità di declinazioni, i cibi funzionali, come i probiotici e quelli che innovano grazie a un enzima.

Forte la presenza italiana

Alle tantissime proposte veg presenti nell'area Novità si aggiungono quelle dell'area “Sperimentare il mondo vegan”. Altre aree tematiche sono dedicate a vino, olio e ristorazione.

Tra le novità più eclatanti, molte sono veg e italiane. In crescita anche i prodotti biodinamici, che vanno oltre il biologico con un disciplinare più restrittivo e che si riconoscono dalla targhetta arancione del marchio Demeter.

La ravennate Euro Company, specializzata in frutta secca, presenta il non-formaggio stagionato firmato dalla chef Daniela Cicioni, a base di mandorle e anacardi fermentati. La friuliana Biolab espone la versione veg di bresaola, prosciutto cotto e roastbeef. Quasani, azienda pugliese più conosciuta come Fattoria della Mandorla, propone le sue alternative vegetali a burro e formaggi, prodotte a partire dalle mandorle. Saclà esordisce con il carpaccio di *mopur*, ottenuto dal grano, ma con un processo che lo rende più digeribile del *seitan*. La veneta Joe&Co espone olio di cocco e olio di avocado. La fiorentina Probios l'olio vegetale in forma solida, a base di olio extravergine di oliva spremuto a freddo.

Non mancano carni e formaggi. Tra le eccellenze sicuramente il Parmigiano Reggiano di montagna stagionato per 36 mesi del caseificio modenese Santa Rita Bio. Il Salumificio Del Vecchio di Cesena porta a BioFach il suo salamino tipico della tradizione romagnola, sul quale campeggia la scritta “fonte di omega 3”. Il Prosciuttificio Valserio di Cremona mette in vetrina il suo prosciutto cotto a dadini, pronto all'uso.

Conapi di Bologna punta sul miele di acacia con pezzi di favo di cera, in confezione regalo. Biolatina porta le arachidi tostate, ma sono biodinamiche e di una varietà antica. Solo un assaggio delle centinaia di prodotti esposti in fiera, e ora sul sito di BioFach. ■

Info: www.biofach.de/en/ausstellerprodukte