

TENDENZE, CONSUMI E NOVITÀ: È LA VETRINA DEL BIOFACH

Al salone di Norimberga un'inedita sezione per i prodotti vegani. Da un'azienda bolognese anche una biolasagna. **E intanto l'Italia si conferma regina dell'export**

Assaggiare il futuro del biologico, scoprire tendenze, toccare con mano prodotti innovativi, lasciarsi ispirare. In una parola BioFach.

Il salone mondiale del bio tenutosi a Norimberga dal 12 al 15 febbraio, in abbinata con Vivanness, rassegna dedicata alla cosmesi naturale, mantiene da 25 anni il suo ruolo di catalizzatore internazionale del settore.

Oltre 42 mila i visitatori, per il 44% esteri, provenienti da 135 nazioni. In testa Germania, Austria, Italia, Francia e Paesi Bassi. Sulla scena più di 2.200 espositori, per il 70% internazionali, arrivati da un'ottantina di Paesi. Al primo posto naturalmente la Germania con 669 aziende, al secondo da sempre l'Italia con 348, seguite a distanza da Francia, Spagna e Austria. Anche se gli espositori hanno segnato nuovamente una flessione intorno al 7%, con il comparto del vino migrato verso la fiera francese Millésime Bio, la qualità della manifestazione tedesca resta sempre ai massimi livelli.

«Presentiamo le novità in modo tale che possano essere vissute nel modo più diretto possibile - conferma **Udo Funke**, responsabile di BioFach -. Vogliamo che gli operatori del settore e i buyer traggano dalla visita al salone il maggior vantaggio possibile per la propria azienda e tornino a casa con una valigia zeppa di idee».

«**Organic 3.0**», tema dell'anno. E in effetti le idee non mancano. A partire dal tema dell'anno "Organic 3.0 - l'agricoltura e l'alimentazione biologica del domani».

Un tema molto seguito, con ben 260 partecipanti alla relazione congressuale della futurologa Hanni Rützler, che ha dato il suo autorevole parere sullo studio dei trend e delle potenzialità del settore. «L'agricoltura biologica ha enormi potenziali di sviluppo in tutto il mondo

- ha dichiarato **Stefan Zwoll**, amministratore delegato di Bölw, federazione tedesca dell'industria alimentare biologica. Vogliamo ancorare sempre di più il bio nella società civile, nella politica e nell'economia».

Esperti ed operatori concordano infatti su un punto: perché il biologico continui a crescere in tutti i Paesi serve un impegno politico preciso che incentivi le coltivazioni, dando stabilità sia a chi lavora già nel settore, sia a chi vorrebbe iniziare, partendo dalla conversione. E **Markus Arbenz**, amministratore delegato dell'Ifoam, la federazione mondiale del biologico, ha aggiunto: «I produttori biologici, il commercio e l'industria di trasformazione devono elaborare idee comuni per l'agricoltura biologica del futuro. Progetti che promuovano la sostenibilità, permettano la crescita senza andare a discapito della qualità, aumentino la credibilità verso i clienti. Anche attraverso alleanze, come quelle con Fairtrade, Slow Food e le tante iniziative di piccoli coltivatori».



L'area delle novità al BioFach è sempre molto seguita dagli operatori internazionali



Confezioni di infusi di un'azienda inglese

Il vegano protagonista. Frequentatissima la vetrina delle novità, posizionata strategicamente all'ingresso principale della fiera, con notevole impatto comunicazionale. Quasi 500 i prodotti alimentari presentati, suddivisi in sette categorie merceologiche, a cui si sono aggiunti da quest'anno oltre 100 prodotti bio-vegan, in una nuovissima sezione. Nei fatti una presa d'atto di un'offerta che negli ultimi anni era diventata sempre più incisiva e riconoscibile girando tra padiglioni e corsie della kermesse tedesca, per rispondere ad una precisa richiesta del mercato.

Un miliardo di persone nel mondo segue una dieta vegetariana: il cibo vegano non è più vissuto come rinuncia ma legato ad un nuovo stile di vita. E tutto questo si intreccia sempre di più con l'opzione bio.

Le novità made in Italy. Tra le molte proposte innovative *made in Italy* le lasagne in kit dell'azienda bolognese Re Lasagna, il mix polenta e fish della veneta Fish Delight, la crema di balsamico di mela della trentina Melchiori, i baci di dama della lombarda Veggetti, gli ovetti di cioccolato equosolidale con sorpresa della ferrarese Baum, solo per citarne alcune. Poi pasta di grani antichi, varietà particolari di riso, piatti pronti e gastronomia, secondi a base di soia, pesti, conserve di frutta e verdura, creme spalmabili, frullati, bevande vegetali, alimenti per bambini, biscotti e snack. Senza contare le altre novità che si incontrano spigolando tra i vari stand, come l'olio extravergine di oliva e di aromi

naturali (mandarino-rosmarino, limone-ginepro ed altri) in formato spray, nato dalla collaborazione tra due aziende agricole siciliane: Arcoria e San Matteo.

Prodotti che presentano un'evoluzione anche nella cura dell'immagine, della confezione, dei particolari. Sono sempre di più le bottiglie, i vasetti, le etichette, le scatole con un gradevole impatto visivo. Così si chiude il cerchio: il prodotto è buono, la confezione attraente, le informazioni dettagliate.

L'altra cosa che sorprende è l'ingresso continuo di nuove aziende nel mercato: aziende convenzionali che entrano nel bio in modo deciso, partendo già con una linea dedicata e con programmi, anche ambiziosi, di ampliamento. Quest'anno molte *new entry* italiane erano nel comparto prodotti da forno: tra i prodotti più visti senz'altro la gastronomia ed i piatti pronti.

Un mondo bio. Se l'Italia è regina dell'export, con un giro d'affari di 1,2 miliardi di euro l'anno, lo dobbiamo soprattutto a quest'offerta così multiforme, così ricca di idee innovative, da prendere letteralmente per la gola i mercati.

Lo confermano i dati del biologico a livello mondiale che ogni anno vengono presentati proprio a BioFach. Un lavoro certosino di collezionamento, elaborazione e sintesi di informazioni raccolte presso 164 Paesi, dalle fonti più svariate, *in primis* quelle istituzionali. Tutti raccolti nel volume "The world of organic agriculture - Statistics & emerging trends 2014", 300 pagine a cura dell'istituto di ricerca svizzero FiBL, in collaborazione con Ifoam.

Dati che registrano un trend positivo. Il fatturato mondiale del settore si aggira sui 50 miliardi di euro, con una crescita del 27% dal 2008 al 2012. Nel 2012, gli ettari coltivati con metodo biologico hanno raggiunto i 37,5 milioni, coinvolgendo 1,9 milioni di produttori.

Passaparola Italia. Siamo in terra tedesca, ma c'è il passaparola anche su ciò che si muove in Italia, in particolare nel Milanese dove si gioca la partita per l'apertura di nuovi format di negozi bio. Dopo Eurospin che ha esordito con l'insegna Piacere Terra nel capoluogo lombardo e in provincia, sono in arrivo i punti vendita Almaverde Bio. E mentre fioccano gli esercizi reali, la rete di oltre 100 biosupermercati in *franchising* NaturaSi, proprio il 14 febbraio, ha aperto i battenti del suo supermercato virtuale (shop.naturasi.it). ■

In calendario

■ **Vinitalybio-Vinitaly**

6-9 aprile
Verona
vinitaly.com

■ **Organic Food Industry Expo**

Fiera internazionale dell'alimentazione naturale e biologica
8-10 aprile
Beijing (Cina)
gnfexpo.com.cn/en/index.html

■ **Natural and Organic Products Europe**

13-14 aprile
Londra (Regno Unito)
naturalproducts.co.uk

■ **Mercatini bio di aprile in Emilia-Romagna**

Borgonovo Val Tidone (Pc); Fontanellato, Lesignano de' Bagni e Traversetolo (Pr); Reggio Emilia; Spilamberto, Vignola e Modena; Bazzano, Budrio, Imola, Ozzano dell'Emilia e Bologna; Ferrara; Cesena, Forlì e Forlimpopoli (Fc); Faenza, Lugo e Ravenna; Saludecio (Rn).

Altri appuntamenti su biobank.it