

# L'appeal del biologico conquista i grandi marchi

Il boom dei consumi spinge anche le più note aziende dell'alimentare a lanciarsi nel business e a premere sull'acceleratore. **I casi di Barilla, Granarolo e Saclà**

**N**on sono bastati due giorni interi trascorsi in fiera a Parma per scoprire tutto il bio di Cibus. Un vero e proprio boom che ha superato ogni più rosea aspettativa. Un bio ad alta visibilità, quindi, per i 72mila visitatori che hanno girato per i 130mila metri quadrati della rassegna internazionale dell'alimentazione, tra il meglio del *made in Italy* proposto da 3mila aziende. Lo conferma anche **Antonio Cellie**, amministratore delegato di Fiere di Parma: «Il bio ormai non è più un prodotto di nicchia, fa parte dell'assortimento strutturale dell'impresa, è un modello di completamento dell'offerta. Quindi non è più ignorabile. E Cibus non l'ha mai ghetizzato, ma solo categorizzato attraverso un apposito simbolo per rendere immediatamente riconoscibili le aziende con assortimenti a tema».

Un concetto ribadito anche da **Lino Nori**, presidente del Consorzio il Biologico, presente in fiera con una nutrita pattuglia di aziende associate: «L'Italia è il maggiore esportatore al mondo di prodotti biologici, con un fatturato per l'export di 1,4 miliardi di euro». Si unisce al coro pure **Fabrizio Piva**, amministratore delegato del Ccpb: «Nessun settore ha avuto una crescita dei consumi del 20% nell'ultimo anno. Il bio invece riesce ad aumentare consenso e popolarità, a consolidare aziende e mercato e a presentare prodotti di alta qualità».

## Il veg guadagna sempre più spazio

Ecco allora spiegato l'interesse per la diversificazione operata da Granarolo, colosso bolognese del settore lattiero-caseario già presente da molto tempo nel comparto delle produzioni biologiche con il latte fresco. Un percorso di diversificazione iniziato un anno fa con la gamma Granarolo 100% Vegetale, che prosegue ora con l'acquisizione del 60% di Conbio, azienda romagnola dedicata alla gastronomia vegetale e biologica da quasi

vent'anni. Obiettivo: ritagliarsi una bella fetta nel mercato dei prodotti vegetali, cresciuto del 240% negli ultimi cinque anni.

Chi invece nel settore del fresco non c'era proprio, c'è entrato a gamba tesa. Come la veneta Germinal, che aggiunge alla storica gamma di prodotti a temperatura ambiente, quelli da banco frigo. Ben 18 referenze di piatti pronti freschi, biologici, vegani e senza glutine. Una matrice perfetta che incrocia le richieste emergenti dei consumatori: burger e polpette, insalate di cereali, salse e sughi saranno presto disponibili sugli scaffali dei supermercati.

Anche l'astigiana Saclà, leader nel settore delle conserve vegetali, spinge sull'acceleratore della gamma con la linea Saclà Bio, a partire dai classici, come olive e pesto, per arrivare alle creme di tofu. Prodotti distribuiti sia sul mercato nazionale, sia su quelli esteri, Francia in testa. L'ultima novità è la linea di succhi di frutta e verdura biologica distribuita, per ora, in Francia e Olanda. Succhi di verdura anche per la riminese Galvanina che si aggiungono alla già ricca sfilata di bevande Century Bio, nelle eleganti bottiglie di vetro con marchio in rilievo.

## Pasta e riso per tutti i gusti

E che dire del debutto nel bio di un altro colosso agroalimentare, Barilla, con un'intera linea di pasta? Nelle confezioni classiche blu notte staglia

**ROSA MARIA BERTINO**



Martina Renda, responsabile marketing di Taste Italy, con il primo tortellino al mondo biologico, senza glutine né lattosio



Bio Bank/Rosa Maria Berfino

A sinistra, Giorgia Vanin, responsabile marketing di Germinal, con un prodotto della nuova linea di piatti pronti freschi, biologici, vegani e senza glutine  
A destra, la pasta biologica Barilla, appena lanciata in Svezia e in altri otto Paesi europei.



Bio Bank/Rosa Maria Berfino

la fascia verde con la scritta Bio e l'eurofoglia, il logo europeo del biologico. I pack sono tutti per l'estero, Paese pilota la Svezia, dallo scorso febbraio. Seguirà il lancio in altri otto Paesi europei, per poi passare agli Stati Uniti. L'Italia può aspettare, tanto di pasta biologica *made in Italy* c'è solo l'imbarazzo della scelta, dai prodotti di largo consumo fino alle eccellenze.

Il Pastificio Felicetti di Trento lancia la pasta di grano duro Senatore Cappelli nella linea Monograno, valorizzando territorio e produttore, il bio "terroir" insomma. La Fabbrica della Pasta di Gragnano esordisce con la prima linea bio e al tempo steso Igp. «Perché l'abbiamo fatta? Perché sul mercato c'è una forte richiesta di pasta non industriale, ma di alta qualità artigianale», rispondono in azienda. Non poteva mancare la start-up del tortellino, il primo al mondo biologico, senza glutine né lattosio, a marchio GustaMente, prodotto da Taste Italy di Budrio (Bo). L'azienda, partecipata dal fondo per le start up Ingenium, promosso dalla Regione Emilia-Romagna attraverso risorse Ue, ha rilevato un antico pastificio bolognese, innestando il filone salutistico nel rispetto della tradizione. Dalla pasta al riso, dove si confrontano due noti marchi: Riso Gallo con la sua linea di quattro referenze bio e Riso Scotti, che di referenze bio ne conta già una trentina fra gallette, riso e risotti pronti.

### *Farine: un comparto in grande ascesa*

Per non parlare poi delle farine, quante, con che assortimenti e varietà. Molino Grassi di Parma lancia la nuova gamma di 11 referenze tra semole e farine bio in formato da 1 kg in arrivo nei supermercati. Dalle classiche a quelle più tecniche, dalle miscele ai cereali minori, fino alle antiche varietà. Molino Sima di Argenta, nel ferrarese, è

invece specializzato nel conto terzi: «Ormai facciamo solo il bio», dicono soddisfatti nello stand. E mostrano la gamma di oltre 30 referenze con una decina di grani diversi, prodotte per le principali insegne della grande distribuzione e per aziende primarie del biologico. Allo stand Orva di Bagnacavallo, nel ravennate, confermano: «Il bio oggi giorno devi averlo, altrimenti sei fuori dal mercato». E loro ce l'hanno, sia per le piadine, sia per i pani morbidi.

L'ultima barriera alla libera circolazione di prodotti biologici la salta a piedi pari un distributore storico del settore, che ha presentato a Cibus il progetto BeneBio con il motto "Il bio fatto bene?". Si tratta di un servizio a 360° per sviluppare insieme alla grande distribuzione soluzioni *ad hoc*. Sul piatto una gamma di oltre 200 prodotti secchi e freschi, corner bio, vegani e funzionali, soluzioni espositive personalizzate, merchandising, consegne ai punti vendita, comunicazione, consulenza e formazione. Ma soprattutto una conoscenza imbattibile del settore. È solo l'ultimo tassello. Se è vero che la famiglia Pozzi (Riso Scotti) ed Eurospin si sono alleate per aprire la catena Piacere Terra, che conta già sei negozi in Lombardia, perché un distributore bio non può allearsi con i supermercati per ampliare la gamma proposta sugli scaffali? Ognuno gioca la sua partita. Chiusi i battenti, per Cibus si apre ora un nuovo ciclo. «Dopo il rinnovo contrattuale tra Fiere di Parma e Federalimentare per i prossimi dieci anni – conclude Cellie – ora puntiamo ad evolvere Cibus da fiera espositiva in piattaforma permanente di business, unica nel panorama internazionale del comparto alimentare». «È stata la migliore edizione di sempre», ha commentato Elda Ghiretti, brand manager della rassegna parmense. Sicuramente l'edizione più bio e veg di sempre. ■