

AUMENTANO LE AZIENDE CHE SCELGONO IL BIOLOGICO

Crescono gli investimenti dei grandi gruppi, così come delle piccole imprese artigianali. **Emilia-Romagna leader nella trasformazione e distribuzione**

C'è un gran movimento nel bio. Ed è sicuramente la grande distribuzione ad averlo impresso. Ormai il 39% delle vendite nazionali di prodotti biologici passa infatti dalle corsie dei supermercati – contro il 29% dei negozi specializzati – sia con i prodotti a marchio delle catene distributive, sia con quelli a marchio dei produttori.

Per non perdere questa nuova e importante fetta di mercato sempre più imprese diversificano nel biologico: dai colossi agroindustriali fino alle realtà artigianali. Aumentano così la competizione e la pressione sui prezzi. Ecco allora il valzer di alleanze, acquisizioni e fusioni per incrociare competenze produttive, logistiche e commerciali, con molta attenzione ai prodotti freschi, pronti, vegetali.

ALLEANZE E FUSIONI NEL SEGNO DELLA DIVERSIFICAZIONE

Il gruppo bolognese Alce Nero ha annunciato in luglio la *joint venture* con Brio (ortofrutta) e La Linea Verde (insalate e piatti pronti freschi) dando vita ad Alce Nero Fresco spa. In settembre a Sana è stata presentata la nuova linea bio, che propone insalate, insalatone arricchite e zuppe fresche.

Sempre a Sana è stata annunciata la fusione tra due distributori storici del biologico: la realtà piemontese Il Fior di Loto e Baule Volante, società bolognese controllata dal gruppo veneto EcorNaturaSì. In numeri: 8mila referenze tra fresco, ortofrutta, secco e *no food* e 5mila

clienti serviti per la nuova società Baule Volante & Fior di Loto srl che sarà operativa dal 1 gennaio 2018. E proprio a Bologna, all'Interporto, EcorNaturaSì ha costruito il nuovo polo logistico del gruppo, il più grande d'Italia specializzato nel bio, con i suoi 36mila metri quadrati. I 18mila del quartier generale di San Vendemiano, in provincia di Treviso, non bastavano più. Due *partnership* invece per Saclà, che entra nel banco freschi della grande distribuzione. Quella con l'azienda romagnola Il Melograno, per olive e verdure al vapore, e quella

con Mopur Vegetalfood, per i secondi piatti vegetali: burger, polpette e nuggets.

BIO E VEG, UN'ACCOPIATA VINCENTE

Il gruppo bolognese Granarolo ha comprato invece il 60% dello storico produttore Conbio per entrare nel mercato della gastronomia vegetale: seitan, tofu, piatti pronti, burger & Co. Ultimi arrivati i primi piatti a base di riso, verdure, legumi e semi oleosi. L'onda veg, che si vorrebbe liquidare come fenomeno passeggero, continua ad attraversare tutti gli assortimenti. Anche quelli di salumifici storici, come Golferia in Lavezzola, nel Ravennate, che lancia un'intera linea di affettati e burger bio veg. Non è il primo e non sarà l'ultimo. Le aziende che hanno fatto la storia del biologico mettono sul piatto tutto il loro peso specifico, marcando valori e differenze: diventano qualificanti l'anno di fondazione, la scelta delle materie prime, la filiera italiana, regionale o locale, gli stabilimenti dedicati esclusivamente a lavorazioni bio, le lavorazioni artigianali e "gentili" che non "offendono" gli ingredienti, la sostenibilità dell'intero ciclo produttivo, fino al *packaging* ecologico. Emblematica la campagna del distributore fiorentino Probios che domanda: «Tutto ciò che è bio è buono davvero?». E risponde: «Dal 1978 il biologico italiano senza compromessi».

Come dire che oggi tutti fanno il bio e il bio è ormai alla portata di tutti. Ma il bio non è tutto uguale.



Lo stand del gruppo bolognese Granarolo all'ultima edizione di Sana