



Bio, boom su scaffali e web Ma pesa lo stop dei mercati

Boom del bio nei discount, che, in tempi di Covid-19, sta registrando record di vendite a tripla cifra. Su del 18,3% anche le vendite bio in iper e super. E raddoppia il canale ecommerce, ma il business si ferma negli altri canali cosiddetti «di qualità» come agriturismi, negozi specializzati e mense bio, che complessivamente rappresentano il 53% della torta della distribuzione: un giro d'affari di oltre 2 mld di euro secondo l'Osservatorio Sana 2019. Il blocco dell'horeca e dei mercati rionali sta creando problemi di liquidità. Secondo quanto risulta ad ItaliaOggi, rischia di restare alla canna del gas circa il 70% delle aziende che vi lavorano, perché continuano a sostenere i costi dell'attività, ma non hanno introiti. «Per questo vogliamo sensibilizzare l'Ance», spiega **Maria Grazia Mammuccini**, presidente di **Federbio**, «con l'invio di una lettera nei prossimi giorni, affinché deliberi la riapertura dei mercati di prossimità per tutti i comuni italiani, posto che non esiste un divieto governativo in tal senso se si rispettano le norme di sicurezza. In questo modo si eviterebbe l'effetto macchia di leopardo che oggi si registra sul territorio e, contemporaneamente si garantirebbe una valvola di sfogo a tanti prodotti oggi fermi». Le-commerce bio, invece, è in tilt. «**Bioexpress**, il principale operatore», spiega **Roberto Pinton**, segretario di **Assobio**, «ha sospeso per due settimane le nuove adesioni per l'impossibilità oggettiva di gestire il raddoppio degli ordini, da un giorno all'altro». E se in super e ipermercati la crescita delle vendite si assesta al 18,3% (marzo 2020 su marzo 2019), nei discount lievita, nello stesso periodo, a +23,7%, per arrivare alla fine del mese scorso a un volume d'affari bio in gdo, inclusi i discount, di 1,7 mld di euro (+6,5% negli ultimi 12 mesi). Nel confronto trimestrale di tutta la gdo (1° trimestre 2020 su 1° trimestre 2019), i driver di crescita bio sono innanzitutto la carne (+31,4%, da 5,5 a 7,2 mln di euro); i surgelati (+24%, da 8,2 a 10,2 mln); l'ortofrutta (+14,7%, da 48,3 a 55,4 mln); la drogheria alimentare (+10,4%, da 247,2 a 273 mln) e il fresco (+10,2%, da 93,5 a 103 mln). Più lenta la crescita delle bevande bio (+4,3%, da 23,1 mln a 24 mln); nel mese di marzo hanno subito una battuta di arresto con un calo di vendite dell'1%, da 9,4 a 9,3 mln di euro. Guardando, infine, alle sole performance dei discount (marzo 2020 su marzo 2019), le vendite di carni bio crescono del 126,5%, l'ortofrutta del 63,9 e la drogheria alimentare del 23,3% contro l'andamento in Iper e super che rispettivamente è stato del +42,7; +20,3 e +18,2%.

Mariangela Latella

— © Riproduzione riservata —