

formule

Sana diventa professionale

Nata come manifestazione di nicchia la rassegna del naturale di Bologna ha ormai assunto il ruolo di vetrina di riferimento per gli operatori del settore, italiani e stranieri. E con l'edizione 2011 punta a qualificare ulteriormente l'offerta

Il ventitreesimo Salone nazionale del naturale, in fase di preparazione alla Fiera di Bologna, dove andrà in scena dall'8 all'11 settembre, segna un punto di svolta nella storia di questa manifestazione che tanto in anticipo ha saputo intuire quello che sarebbe diventato uno dei trend più forti dei nostri tempi. Il primo elemento di novità è la trasformazione della manifestazione in fiera professionale, che punta a richiamare operatori dai principali mercati internazionali. Il ministero per lo Sviluppo Economico ha, infatti, inserito il progetto nell'accordo per l'internazionalizzazione del sistema



nelle scuole il trend è costante

È del 4% la crescita del numero di mense scolastiche biologiche nel 2010. Secondo i dati rilevati dal censimento Bio Bank le mense che utilizzano almeno in parte prodotti biologici passano da 837 a 872, mentre i pasti giornalieri preparati con ingredienti bio salgono a 1.053.000 contro i 1.030.000 del 2009 (+ 2,2%). Per il bio nella ristorazione scolastica il 2010 è stato un anno di sostanziale conferma, così come si convalida la concentrazione del fenomeno al Nord, nel quale si trovano 605 mense bio, quasi il 70% del totale.

All'interno delle regioni settentrionali le tre più virtuose sono, nell'ordine, Emilia-Romagna, Lombardia e Toscana, mentre il Trentino Alto Adige è la prima regione per densità, con quasi 6 mense ogni 100.000 abitanti, mentre la media nazionale è di 1,5. Passando alle aziende della ristorazione due sono i criteri presi in considerazione dall'annuario Bio Bank: la percentuale di materie prime biologiche utilizzate e il numero di pasti serviti nelle scuole su base annua.

In base al primo parametro l'azienda "più bio" è la brianzola Mercuria, che utilizza il 95% di ingredienti biologici per preparare i 2.700.000 pasti che somministra ogni anno. Dal punto di vista quantitativo, invece, in vetta si colloca il terzetto costituito da Sodexo Italia (34 milioni di pasti), Cir food (26 milioni) e Camst (oltre 24 milioni).

Se andiamo a esaminare la scala dimensionale delle mense biologiche operanti in Italia, il gruppo più nutrito (37%) è quello composto da mense che preparano fino a 300 pasti giornalieri, seguito da quelle che ne preparano da 601 a 1.500 (22%), da 301 a 600 (21%) e, infine, dalle grandi strutture, che preparano più di 1.500 pasti (14%).

fieristico per l'ospitalità dei buyer esteri, che prevede un finanziamento di oltre 210.000 euro e al quale solo Sana, fra le fiere dedicate al biologico, ha ottenuto l'accesso per quest'anno.

Novità anche sul fronte espositivo. Nel settore alimentazione saranno ammesse solo aziende con produzioni biologiche certificate, così come nel settore benessere gli espositori dovranno essere aziende con produzioni biologiche certificate e naturali a base di erbe officinali. La rispondenza dei prodotti esposti a questi requisiti sarà verificata da una commissione di controllo esterna, costituita da rappresentanti degli organismi di certificazione. Tra le nuove proposte un ruolo di assoluto rilievo avranno le ultime nate, grazie all'area Sana Novità che sarà dedicata, appunto, ai lanci successivi al 1° ottobre 2010, che siano riferiti a produzione, trasformazione, confezionamento e packaging e che guardino con particolare attenzione ai temi della sostenibilità ambientale. L'Osservatorio sui consumi, quest'anno alla quarta edizione, proporrà i risultati di alcuni focus group che hanno indagato i fattori che determinano i comportamenti d'acquisto e le evoluzioni delle aspettative dei consumatori di prodotti biologici nella Gdo e nei canali specializzati. Altro appuntamento di Sana 2011 il Premio Bravo Bio, promosso dalle testate del Gruppo 24 Ore Ristoranti, Bargarionale e Pianeta Hotel e riservato ai locali (bar, pizzerie, ristoranti, alberghi), che utilizzano in toto o in parte prodotti biologici certificati.

formule

«Bio, un'opportunità per tutti gli attori della filiera del fuori casa»

Intervista a **Paolo Carnemolla**, presidente di FederBio

A Sana 2011 il prodotto biologico avrà uno spazio crescente. Quali i fattori che consigliano di insistere su questo comparto, oltre ovviamente ai dati di mercato, che confermano un andamento positivo anche per il primo semestre dell'anno?

«I fattori sono molti, sia dal punto di vista del mercato sia delle politiche pubbliche. Gli acquisti domestici di prodotti bio in Italia sono cresciuti nell'ultimo triennio in maniera progressiva e anche nel primo trimestre del 2011 la crescita è del 13% a fronte di un calo complessivo dei consumi alimentari.

Il canale specializzato cresce maggiormente, così come l'export, mentre la ristorazione collettiva pubblica risente delle difficoltà dei bilanci degli enti locali. Per quanto riguarda le politiche pubbliche è evidente come la sostenibilità dei processi e la qualità dei prodotti siano ormai obiettivi condivisi e in tal senso il biologico rimane l'esperienza più avanzata, oltretutto dotata di uno specifico sistema di certificazione di filiera obbligatorio».

Quanto vale il mercato del bio e qual è la quota di esportazione?

«Il biologico è in crescita in tutti i canali. Nel 2010 le vendite in Gdo hanno raggiunto i 500 milioni e valgono circa 800 milioni nel canale del dettaglio specializzato. Altri 250 milioni sono appannaggio complessivamente delle vendite dirette dei produttori, degli agriturismi, delle vendite per corrispondenza e on line, del retail despecializzato minore, del vending e dei gruppi d'acquisto di consumatori. Tra collettiva e commerciale, la ristorazione vale 250 milioni (erano 160 milioni nel 2007). Con un export che nel 2010 ha superato il miliardo di euro, arriviamo a sfiorare complessivamente i 3 miliardi, con una crescita di circa 400 milioni nell'ultimo anno. Secondo le nostre stime, il valore della ristorazione commerciale, quella

veloce compresa, a fronte di un quadro normativo che garantisca il consumatore senza gravare gli operatori di adempimenti burocratici superflui, potrà aggiungere un valore a livello di retail di 1,4 miliardi entro due anni. L'importo è di assoluto rilievo, ma lo valutiamo in tutta prudenza: equivale al 2,5% della spesa per l'alimentazione fuori casa, una percentuale che ci sta tutta. La proposta è win-win: offre alla produzione e alle imprese di trasformazione e distribuzione un nuovo segmento di mercato, alla ristorazione

garantisce una diversificazione di profilo elevato che consente di intercettare una clientela in aumento, ai consumatori biologici permette di poter mangiare anche nella pausa del pranzo fuori casa gli stessi prodotti che hanno scelto per i propri consumi domestici».

Attraverso quali processi dovrà passare una maggior qualificazione del settore?

«È necessario formare gli imprenditori e gli addetti, anche coloro i quali non trattano esclusivamente prodotto bio, far circolare le buone pratiche e le innovazioni creando reti e migliorando l'organizzazione della produzione. È inoltre necessaria e urgente

la riforma del sistema nazionale di certificazione dei prodotti bio dato che l'attuale sistema si basa su una norma del 1995. Bisogna comunque migliorare la cooperazione fra l'Ente unico nazionale di accreditamento (Accredia), il ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (autorità competente nazionale di settore), le Regioni e gli organismi di certificazione allo scopo di rendere il sistema ancora più affidabile e moderno. Si deve infine lavorare per tutelare la produzione primaria ovvero mettere in condizioni gli agricoltori e gli allevatori bio di avere un reddito adeguato per poter vivere decorosamente e poter investire per ampliare e migliorare le proprie attività».

Quali nuove figure professionali richiederà il mercato del biologico a breve e medio termine?

«Certamente c'è spazio per imprenditori capaci e preparati, in tutti gli ambiti della filiera e non solo nel food. I comparti che maggiormente stanno crescendo sono comunque quello intermedio (trasformazione) e quello della distribuzione, compresa la ristorazione. Dunque le figure professionali sono quelle tipiche di queste realtà. I servizi, in particolare alla produzione primaria, sono assolutamente necessari, tuttavia non c'è ancora uno sviluppo adeguato di attività per questo tipo di professionalità».

In particolare, quali sono gli obiettivi da raggiungere per quanto riguarda la presenza - e le opportune garanzie - del prodotto biologico nella ristorazione collettiva?

«È fondamentale completare il quadro normativo europeo per comprendere anche la ristorazione nel campo di applicazione della normativa europea di settore e assicurare quindi anche per questa filiera l'integrità assoluta del sistema di certificazione. In attesa di ciò va bene anche una normativa nazionale, tuttavia dev'essere un'occasione per una maggiore presenza dei prodotti bio nella ristorazione collettiva pubblica e commerciale e non un sistema per appesantire eccessivamente di adempimenti e costi gli operatori. Bisogna poi applicare la normativa nazionale sull'obbligo di somministrazione giornaliera di prodotti bio nella ristorazione collettiva pubblica e mettere a disposizione degli addetti e del sistema della ristorazione stru-



menti e formazione per conoscere i prodotti bio, saperli preparare e poterli acquistare comodamente.

FederBio ha recentemente sottoscritto un protocollo d'intesa con l'associazione Le Città del Bio proprio per allargare e supportare la rete dei Comuni italiani che hanno introdotto i prodotti bio nella ristorazione e vogliono diffondere questo tipo di iniziative, non solo nell'ambito della ristorazione collettiva pubblica.

In tal senso FederBio ha anche sottoscritto un accordo con l'Associazione Professionale Cuochi Italiani (ACPI) per favorire l'inserimento di ingredienti e ricette bio anche nell'ambito di menu della ristorazione commerciale».

RC