

Innovabio: il marchio di Timac Agro dedicato al biologico



Parliamo di **biologico**, un mercato in evoluzione e in crescita. Un settore sempre più importante, al centro di grandi progetti da parte delle più importanti multinazionali come Timac Agro, azienda specializzata nella nutrizione vegetale del Gruppo Roullier, che presso il Centro Congressi di Fico (Bologna) il 18 ottobre scorso ha presentato in anteprima mondiale il nuovo marchio **Innovabio**, completamente dedicato alle produzioni biologiche e, come ha spiegato il vicepresidente del Gruppo Roullier, **Pierluigi Sassi**, “ideato per supportare le aziende nella produttività attraverso la creazione di prodotti ad hoc e la formazione

costante di tecnici specializzati in questo settore”.



Il parterre dei relatori. Da sinistra: Paolo Carnemolla, Pierluigi Sassi, Giovanni Panzeri, Raffaele Maiorano, Gianluca Ferrari e Claudio Gallerani

All'incontro, che ha registrato in sala il tutto esaurito, hanno partecipato Paolo Carnemolla, presidente di Federbio con cui il Gruppo Timac Agro/Roullier ha siglato di recente un accordo di partenariato; il presidente di CoproB, **Claudio Gallereani**; il presidente Confagricoltura Giovani, **Raffaele Maiorano**; il vicepresidente di Granlatte, **Gianluca Ferrari** e, in rappresentanza della Gdo, **Giovanni Panzeri**, direttore commerciale prodotti freschi di Carrefour Italia.

“Il marchio Innovabio comprenderà **una linea di fertilizzanti dedicati interamente a incrementare la produttività delle coltivazioni biologiche** – ha spiegato nel suo intervento Pierluigi Sassi – ed è il frutto del lavoro portato avanti dal nostro Centro di innovazione impegnato a lavorare su quella che noi abbiamo chiamato bioproduttività. Il grande sviluppo del biologico che si registra a livello globale, rappresenta un fenomeno di massa che ha spinto il nostro Gruppo a realizzare importanti investimenti. Riteniamo che la strategia di filiera rivesta un ruolo fondamentale e a supporto di questa considerazione, pensiamo che i partenariati siglati negli ultimi mesi con i principali player del settore agroalimentare italiano assumeranno per noi ancora maggiore importanza”.

Bio: un business in crescita esponenziale

Secondo i dati illustrati durante il seminario, il trend in aumento dei consumi alimentari a livello mondiale registra per il biologico un ulteriore incremento soprattutto tra le popolazioni asiatiche, europee e americane al punto che i consumi superano i quantitativi prodotti. Aumentano quindi anche le superfici riconvertite a biologico e gli agricoltori che decidono di dedicarsi a questo tipo di produzione. **Negli ultimi 20 anni, infatti, l'aumento dei terreni ha toccato un +350%**, mentre i produttori sono cresciuti del 1000%. L'80% delle superfici coltivate a biologico è distribuito in 16 Paesi, con l'Italia posizionata al sesto posto.

Il Vecchio Continente è al primo posto per terra coltivata a produzioni biologiche, mentre il nostro Paese, dopo Germania e Francia, è quello dove si consumano maggiori quantitativi di prodotti biologici e il secondo in termini di superficie coltivata dopo la Spagna, ma il primo in Europa per numero di agricoltori e quantità di superfici destinate a seminativi bio. All'Italia è inoltre riconosciuta la miglior offerta di prodotti biologici, certificata dall'alta percentuale di esportazione verso il Vecchio Continente pari al 35% della produzione totale.

“Il mercato del biologico è un mercato unico nel senso vero del termine – ha sottolineato Paolo Carnemolla di Federbio – perché innanzitutto dispone di un unico logo valido per tutta l'Europa. Per il consumatore il prodotto biologico è più sano e noi garantiamo un metodo di produzione e allevamento in grado di raggiungere un livello qualitativo eccellente. La maggiore consapevolezza del mercato rispetto ai suoi acquisti alimentari è la leva che alimenta la crescita del settore, un incremento che viaggia talmente veloce da superare la rapidità di conversione delle superfici. La vera sfida quindi è accelerare questa velocità con ulteriore innovazione, tecnologia, formazione”.

Il ruolo della Gdo

Con un fatturato che nel 2017 ha superato i 5 miliardi di euro (+9% rispetto all'anno prima) i prodotti biologici vedono nella Gdo un potenziale grande alleato. “La crescita del bio è andata oltre le più rosee previsioni – ha affermato Giovanni Panzeri di Carrefour – negli ultimi 5-6 anni l'incremento è sempre stato a doppia cifra e **se fino a qualche anno fa il 50% delle famiglie acquistava almeno una volta la settimana prodotti biologici, oggi la percentuale ha raggiunto l'81%**. Riteniamo pertanto importante stimolare ulteriormente la domanda e arrivare a realizzare quel concetto di democratizzazione del bio che per noi vuole anche dire rendere il prodotto più accessibile a livello di prezzo”.

Anna Mossini