

Il successo del 'bio' nell'ortofrutta «Prodotti di stagione e alta qualità»

I gruppi Apofruit, Almaverde Bio e Canova forniscono le principali strategie per rilanciare il biologico

di **Annamaria Senni**

Un vasto assortimento di frutta e verdura biologica e una gamma profonda di prodotti di altissima qualità sono la chiave, secondo le aziende cesenati leader nel settore, per rilanciare il biologico. Le strategie vincenti per il successo del biologico in ortofrutta sono emerse nell'ambito del progetto Europeo It's Bio, cofinanziato da Aop Gruppo Vi.Va e, in particolare da Almaverde Bio, Canova e Apofruit. Negli ultimi 10 anni (dal 2012 al 2023) la scelta dei prodotti biologici ha registrato un vero e proprio boom e ha raggiunto il 90% delle famiglie italiane, passando da 13 a 23 milioni di famiglie acquirenti. Nel periodo gennaio - settembre del 2023, secondo dati Cso Italy, le vendite di ortofrutta bio hanno raggiunto poco meno di 520 milioni di euro segnando un +2% a valore e un -9% a volume sul

FORMULA VINCENTE

Ottimi risultati sono stati raggiunti con il progetto It's Bio con campagne promozionali e show cooking



Da sinistra Mario Tamanti, Paolo Pari, Claudio Scali e Ernesto Fornari

2022. L'ortofrutta biologica ha registrato una contrazione dei consumi, ma la tendenza del 2024, come riportato dal Rapporto Coop Winter vede in deciso miglioramento la propensione all'acquisto di ortofrutta con il 45% del campione di consumatori che sarà guidato nell'acquisto dalla scelta di prodotti salutari.

Le principali strategie nate per rilanciare i consumi del biologico sono: il ripensamento dell'layout espositivo, la riorganizzazione dell'assortimento dando maggiore enfasi ai prodotti di stagione, la riorganizzazione

della comunicazione e la riorganizzazione delle promozioni. Queste indicazioni rafforzano la scelta del Gruppo Apofruit che ha l'agricoltura biologica nel suo Dna. Apofruit, cooperativa di produttori ortofrutticoli con sede a Cesena che conta 3.000 soci in tutta Italia, parte con la produzione biologica nel 1993, fonda Canova, la società specializzata in ortofrutta biologica con sede a Longiano, nel 1997 e dà vita, nel 2000, al marchio Almaverde Bio, leader del biologico italiano.

«Una forte specializzazione – dice il direttore generale di Apo-

fruit Ernesto Fornari - consente di raggiungere volumi elevati e di offrire al consumatore una continuità di assortimento e una gamma profonda di prodotti di altissima qualità. Il biologico per Apofruit significa valorizzare la produzione supportando i soci produttori anche nella sperimentazione di nuove tecniche produttive. Non abbiamo mai tralasciato l'innovazione di prodotto e abbiamo inserito in produzione biologica nuove varietà come kiwi giallo, candine Bio, kaki Maxim, uva senza semi, nuove drupacee, nuovi agrumi bio come tango e tangold».

«La formula vincente di Almaverde Bio - afferma Paolo Pari, direttore di Almaverde Bio, che presenta risultati molto positivi per le vendite con 7,9 milioni di euro nel 2023 pari al +17% sia in valore che in volume rispetto al 2022 - è l'organizzazione dell'offerta in grado di rispondere alle esigenze dei diversi approcci di consumo». Ottimi risultati sono stati raggiunti dal progetto It's Bio, con 350 giornate promozionali in due anni, con la presenza di una promoter o una food influencer che hanno realizzato speciali bio cooking show nel punto vendita. La campagna promozionale It's Bio si è poi sviluppata in modalità digital, e sul canale YouTube si sono raggiunte 330.000 visualizzazioni.