


I commenti di alcune aziende molitorie e pastarie presenti al Sana


# Molini e biologico, un rapporto in crescita

di Dora Carapellese

Mill industry and biological food: a growing relationship



**Il mercato cambia con i suoi alti e bassi. Intorno girano i consumi, gli investimenti, la domanda e l'offerta. Il Sana ha ritratto pienamente lo scenario del mercato del biologico: in crescita, ma con un ritmo più lento rispetto all'anno precedente.**



Il Sana ha chiuso l'edizione 2004 con un incremento degli espositori pari al 20% rispetto allo scorso anno. Anche i visitatori sono passati dai 74.000 della scorsa edizione ai 75.000 di quest'anno. Le presenze internazionali sono segnalate in aumento sia per gli espositori (+26%) che per i visitatori (+35%), con rappresentanze da Europa, America, Asia, Africa e Oceania.

Al Sana l'alimentazione ha sempre rappresentato uno dei punti focali della manifestazione. Infatti, circa la metà delle aree espositive è stata dedicata alle produzioni alimentari biologiche e tipiche certificate. Tra gli espositori anche nel settore molitorio e pastario si è registrata una crescita: infatti, si è contata la presenza di **15 molini** contro gli 8 dell'anno precedente, e di **101 pastifici** contro gli 83 del 2003.

## Il trend del comparto alimentare bio

L'alimentazione biologica è oggi una realtà di consumo diffusa e consolidata a livello mondiale. Il trend di questo mercato è in crescita (+8%, come stima l'istituto inglese Organic Monitor). I consumi però rappresentano ancora una piccola porzione della spesa familiare (in Italia 80 Euro all'anno, pari a circa 20 Euro procapite per una

quota dell'1,5-2% sul totale degli acquisti alimentari), con alcuni distinguo nei Paesi dell'Europa centro-settentrionale dove esiste una più lunga tradizione alimentare e una propensione alle scelte "naturali". Molte indagini dimostrano l'attenzione riservata a questi prodotti, preferiti dal 50% degli intervistati e scelti sempre più spesso, anche grazie ad una graduale riduzione del divario dei listini.

Anche in Italia la scelta dei prodotti biologici (e tipici certificati) sta coinvolgendo sempre più ampie fasce della popolazione (**8 italiani su 10**, +24% rispetto al 2002 secondo la Col-diretti), tanto che l'Istat, per la prima volta proprio quest'anno, ha inserito alcuni cibi biologici (**cereali**) nel tradizionale paniere che valuta l'andamento dei prezzi e dell'inflazione.



## Il bioconsumatore

Dall'iniziale connotazione più femminile, il consumatore tipo è oggi sempre più spesso anche maschio, libero professionista, di età media, scolarità elevata. Le motivazioni all'acquisto riguardano la *sicurezza* e la *salubrità* (e, quindi, l'indicazione in etichetta delle materie prime impiegate, i controlli di garanzia, la tracciabilità dei processi produttivi), la *qualità* (ovvero la genuinità degli ingredienti e l'assenza di additivi o residui di sintesi, il potere nutritivo, il non impiego di OGM), *il piacere e il gusto* (concetto chiave quest'ultimo, che acquisisce dimensione di "esperienza" sensoriale, con la scoperta di tradizioni, profumi, sapori, colori legati al patrimonio agroalimentare ed enogastronomico di ciascun popolo).

Con l'accelerazione impressa nel recente passato dai drammatici scandali alimentari e con il progressivo intervento della grande distribuzione organizzata anche in questo segmento, il biologico è uscito da un ambito di élite per entrare nella quasi quotidianità, in un approccio qualitativo al benessere che è entrato a far parte delle scelte di consumo un po' dappertutto.

In Europa l'**Italia** mantiene saldamente la leadership nell'agricoltura biologica con **oltre il 20%** delle superfici e il 30% delle produzioni bio e, dopo anni di continua crescita, fa ora il punto della situazione. Nel 2003 il comparto primario ha selezionato i propri operatori, con una riduzione delle aziende agricole certificate (49.489, -12,3%) e della superficie coltivata (1.168.212 ettari, -5,6%), ma con un contestuale aumento dei trasformatori (4.346, +10%) e degli importatori specializzati in biologico (155, +27%). Nel prossimo futuro, con l'allargamento della Comunità europea a nuovi Paesi (forti soprattutto nella produzione di **cereali** e ortofrutta), il settore nazionale sarà chiamato ad un ulteriore sforzo di qualificazione e di competitività sui mercati internazionali, che rappresentano tuttora il maggior sbocco delle produzioni. (vd. grafico a pag. 22).

## Gli eventi del Sana

Numerosi incontri ed iniziative hanno arricchito la già importante manifestazione, tra questi è da annoverare la **"Prima Borsa Internazionale dei Prodotti Biologici e Tipici Certificati"**. Un meeting specializzato business to business rivolto a tutti gli operatori - buyers e produttori - del mercato nazionale ed internazionale dei prodotti biologici e tipici certificati. Una riunione di Borsa finalizzata a promuovere l'incontro e gli scambi commerciali fra la più qualificata offerta nazionale e la do-

# NIRSystems

## La soluzione per le vostre necessità analitiche accompagnata da una grande versatilità

L'apparecchio NIRSystems della serie 5000 e 6500 è un sistema con tecnologia NIR (Near Infra Red) progettato e realizzato per analisi rapide e precise nel settore agroalimentare.

Per l'analisi nel settore molitorio e mangimistico il sistema è disponibile nella versione "standard" Modello 5000 (1100-2500 nm) ed "avanzata" Modello 6500 (450-2500 nm).

Inoltre la vasta gamma di tazzine e cellette portacampioni rende il sistema estremamente versatile permettendogli di analizzare farine, semole, campioni macinati, cereali e pellets interi nonché prodotti cremosi come il melasso o liquidi come il misto d'uovo.



**NIRSystems**

con celle rettangolari  
per farine e prodotti interi

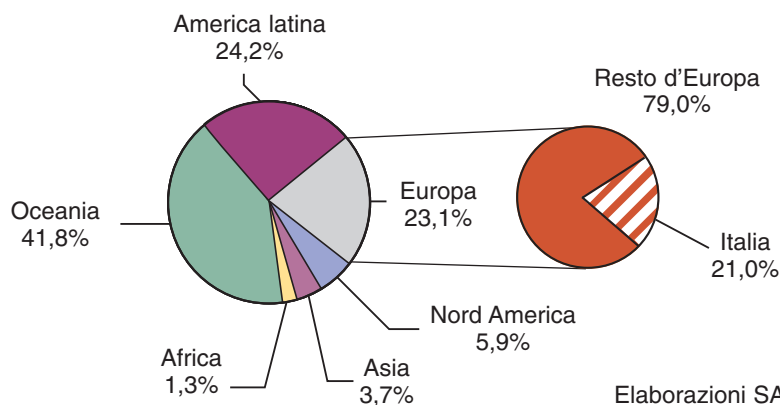
PER INFORMAZIONI 049 82 87 211

**Dedicated Analytical Solutions**

FOSS ITALIA S.p.A.  
T 049 82 87 211  
F 049 82 87 222  
fossitalia@foss.it  
www.foss.dk

**FOSS**

### Superfici agricole biologiche (Totale ettari nel mondo 24.070.010)



Elaborazioni SANA su  
dati SOEL-IFOAM 2004

manda nazionale ed internazionale. L'iniziativa, è stata rivolta alle principali catene della GDO internazionale specializzate e alle maggiori realtà industriali e agricole.

Inoltre si è tenuto il **2° Campionato Mondiale di Biopizza** e il **Campionato Mondiale di Pizza senza Glutine** che ha visto trionfare l'Italia, patria indiscussa della pizza. Il tutto con originali coreografie alimentari, degustazioni e momenti di grande spettacolo. La **celiachia**, una questione con cui l'industria alimentare si trova a dover fare sempre più i conti, ha avuto ampio spazio al Sana con un convegno dal titolo **"Celiachia: la nuova sfida per l'industria alimentare"**.

### Cosa dicono i molini e i pastifici

Siamo andati a visitare alcuni operatori del comparto molitorio e pastario, che ci hanno raccontato le loro novità.

#### Molini Agugiario & Figna, "più vicini alla ricerca"

L'azienda si è avvicinata a questo mercato cinque anni fa e oggi la produzione bio rappresenta il 2% di quella totale con un fatturato che si aggira intorno ai 700/800 mila Euro circa. Ci ha riferito Mauro Milani, Responsabile

Commerciale: "È stato naturale destinare una parte degli impianti alla produzione del biologico poiché gran parte delle attrezzature necessarie erano già esistenti".

Il prodotto di punta presentato al Sana è il lievito madre biologico essiccato, frutto di un'accurata ricerca. Il lievito madre si ottiene attraverso la fermentazione spontanea della farina impastata, rinfrescata e lievitata più volte fino al raggiungimento del giusto grado di acidità. In questo modo si formano i fermenti naturali responsabili delle trasformazioni biochimiche che avvengono negli impasti durante la fase della lievitazione.

La momentanea difficoltà del mercato sta canalizzando gli investimenti dell'azienda nella ricerca di prodotti innovativi e nella formazione per i panificatori.

#### Corticella Molini e Pastifici, "il biocatering resiste di più"

La linea presentata al Sana riguarda una nicchia particolare del bio, ovvero il catering, per lo più di mense scolastiche. Negli ultimi anni è aumentata l'attenzione sulla sicurezza degli alimenti da parte delle scuole, che richiedono rigorosamente prodotti bio. Elena Bassoli, Responsabile Commerciale Italia, sostiene che si tratta di un

canale più sicuro, poiché sono scarse le possibilità che una scuola possa smettere di far uso di cibo biologico. L'azienda ha presentato, in questa occasione, una linea nuova di pasta sia per il formato che per le caratteristiche di cottura, più vicine alle esigenze delle mense.

#### Molino Colombo, "un mercato per differenziarsi"

Ha iniziato dal 1997 a produrre la linea di prodotti dal nome "Molino del Sole". Oltre al metodo di macinazione tradizionale, utilizza l'antico processo a pietra, che consente di ottenere una farina integrale più gustosa e saporita. L'approccio al bio dell'azienda è derivato dalla scelta di voler diversificare il prodotto (farine tradizionali) e dal desiderio di esplorare nuovi mercati. Il molino ha avuto un discreto successo, se si considera che il fatturato del biologico si aggira intorno al milione di Euro. "Il Sana è la vetrina per eccellenza del settore, anche se quest'anno il numero dei visitatori non ha soddisfatto molto le nostre attese", ha sottolineato Andrea Ottolina, Direttore Commerciale del molino.

#### Molino F.lli Peila, "un mercato soddisfacente"

La produzione biologica riguarda la polenta istantanea e tradizionale, farina di mais per pasticceria, farina di mais per produzioni di pasta, farine e semole di riso, farine di grano tenero ed altri cereali. Il tutto rappresenta circa il 30% del fatturato totale che comprende le farine tradizionali di mais e di riso e i prodotti zootecnici. L'andamento di questo comparto è sempre stato positivo sin da quando l'azienda ha incominciato, circa otto anni fa, la produzione di bio. Con l'allargamento dell'Europa a 25, ci conferma Marina Peila, la Titolare, si sono delineate nuove prospettive, come la recente acquisizione di nuovi clienti nei Paesi dell'Est europeo.





*La squadra dei biopizzaioli*

### **Molino Grassi, “l’esperienza premia”**

È stato uno dei primi ad inserirsi in questa nicchia (1988). La sua lunga esperienza ha fatto sì che il biologico oggi rappresenti il 50% circa del fatturato totale. Nonostante la contrazione del mercato nazionale, il Molino Grassi, con una politica di qualità, è riuscito a mantenere la sua posizione attingendo anche dai mercati esteri, il cui trend spesso risulta favorevole quando in Italia non lo è.

Per il Molino Grassi il Sana è un punto d’incontro importante tra la domanda e l’offerta, e i prodotti su cui ha puntato sono le farine speciali per pizza: biomargherita, biocapricciosa, biomediterranea.

### **Molino Sima, “un’immagine da mantenere”**

Racconta Giuseppe Ciani, Direttore del molino, “Con il calo del mercato biologico, il Sana è diventato un punto d’incontro per consolidare i rapporti con la clientela esistente e mantenere l’immagine in un settore che comunque riteniamo importante”. Infatti il fatturato del biologico si aggira intorno al 25% del totale con una produzione del 20% circa. Sima si è affacciato al biologico nel 1994 in quanto ha sentito il bisogno di differenziarsi dalla numerosa concorrenza con nuove produzioni che potessero dare una

svolta alla sua crescita. Un incremento significativo è avvenuto effettivamente dal 1999, in seguito alle problematiche legate all’epidemia BSE (mucca pazza). Infatti in quel periodo il consumatore sentiva più sicuro il cibo biologico.

I prodotti presentati al Sana hanno riguardano le farine

semi-integrali fatte con gli impianti a cilindri e le farine integrali macinate a pietra con impianti dedicati (farine di grano tenero e duro, farine di farro e farine di kamut).

### **Molino Marino, “le farine per gli intolleranti”**

Il molino a pietra biologico ha presentato al Sana il suo prodotto di punta, ovvero le farine per intolleranze alimentari (farro, kamut, monococco e segale). La sua presenza in questa fetta di mercato è di circa 10 anni, con un molino a pietra completamente bio-dedicato, la cui particolarità, ci ha spiegato Marino Felice, uno dei titolari, sta nella macinazione, che avviene più lentamente e che lascia il prodotto più integro da un punto di vista di principi nutritivi. I clienti tipo del molino sono rappresentati da piccole botteghe specializzate in vendita di prodotti tipici, ristoranti e panettieri. L’azienda ha fiducia che questo mercato possa crescere e questo giustifica la sua puntuale presenza al Sana.

### **Pastificio Granoro, “investire per crescere”**

È un’azienda che ha iniziato ad occuparsi di biologico da circa otto anni, anche per soddisfare le esigenze della catena Esselunga, rinomata sul mercato per la sua particolare attenzione ai

prodotti bio. Nonostante l’incremento della domanda sia rallentato negli ultimi anni, l’azienda riesce ad ottenere volumi intorno al 3% della produzione totale con un fatturato del 5%. Per dare una spinta alla linea di prodotti biologici ha in mente una pianificazione che prevede un intervento sia dal punto di vista commerciale (ricerca di nuovi partner), sia pubblicitario. La sua linea di prodotti biologici comprende la pasta di semola di grano duro, la linea rossa costituita dalla polpa di pomodoro e sue varianti e l’olio extravergine d’oliva.

### **Progeo Molini, “la biofiliera rintracciabile”**

L’azienda ha avuto in Italia una funzione pionieristica nell’ambito del segmento delle farine biologiche.

La forte esperienza, nell’integrazione a monte e a valle, ha spinto l’azienda fin dagli esordi del biologico alla metà degli anni ‘80, a farsi portavoce di un innovativo processo di filiera.

Gian Paolo Rovatti, Product Manager del settore biologico della Progeo Molini, parla appunto di una spinta iniziale nata dalla necessità di valorizzare e coniugare i prodotti del campo e le esigenze di qualità richieste dagli utilizzatori delle farine.

La Progeo Molini assicura oggi la completa tracciabilità dei frumenti bio, sia di origine internazionale che, soprattutto, di origine nazionale. Il posizionamento infatti sottolinea la chiara ed impegnativa promessa che l’azienda fa ai suoi clienti: *la filiera italiana del biologico*, una realtà garantita da una specializzazione di settore coniugata con una impiantistica industriale dedicata, un progetto che è già una realtà industriale. La gamma dei prodotti biologici presentati in questa occasione, riguarda le farine biologiche per la panificazione e la panificazione superiore, oltre al biologico integrale.