

PANORAMA**CONSUMI**

Food e cosmetica sempre più «bio»

Biofood e biocosmetica escono dai confini del mercato di nicchia e conquistano sempre più spazi nella grande distribuzione organizzata generalista, dove le referenze proposte in quindici anni sono aumentate del 330%. È quanto emerge dall'ultimo Osservatorio Sana, realizzato da Nomisma e presentato alla trentesima edizione del salone internazionale del biologico e del naturale, da ieri e fino al 16 settembre alla fiera di Bologna. Con un fatturato di 5 miliardi (uno è sviluppato dai cosmetici e dai prodotti di erboristeria) il settore conferma la leadership dell'Italia in Europa. Le riconversioni agricole, un tempo circoscritte soprattutto alle aree montane e collinari, sulla scia del boom della domanda riguardano sempre di più anche la pianura. Ma la rete di vendita del canale specializzato per la prima volta segna una battuta d'arresto: i ricavi nel 2017 hanno raggiunto gli 865 milioni di euro, con una diminuzione del 3% rispetto al 2016. Una frenata riconducibile alla concorrenza della Gdo, entrata di peso nel mercato. Oggi la rete specializzata può contare su 14,37 negozi, dei quali oltre 900 affiliati a catene, da Naturasi a Biobottega, e concentrati per il 60% nel Nord Italia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**La fiera.**

A Bologna fino
al 15 settembre
il Sana, salone
di bio e naturale

