

Crisi NaturaSì: l'industria del vino cosa può imparare?

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Marzo 2022



Nel campo del biologico e sul tema della sostenibilità, un tema dibattuto e di grande interesse riguarda il **divario tra intenzione e azione** che caratterizza sia i comportamenti di acquisto dei consumatori sia le azioni concrete delle aziende.

La **crisi** che ha recentemente investito la catena italiana leader di supermercati bio **NaturaSì**, è **emblematica in questo senso ma è necessario, in questo frangente storico ed economico, allargare l'orizzonte.**

Dal 7 marzo scorso, quasi 400 dipendenti che lavorano nei cinque magazzini dislocati nel Nord Italia (uno a Treviso, due a Verona, uno a Bologna e uno a Torino) sono finiti in cassa integrazione con una riduzione dell'orario di lavoro variabile dal 10% al 40% del monte totale.

I negozi continuano a rimanere aperti e la direzione chiarisce che si tratta di una **misura transitoria e temporanea**, necessaria per una riorganizzazione interna e per avviare un

rilancio aziendale che prevede una implementazione dei canali online ed una maggiore focalizzazione sul mercato B2B.

Le cause di questa situazione contingente sono molteplici ed anche il settore del vino le conosce bene: pandemia, aumento dei costi per le materie prime, difficoltà logistiche, crescita del prezzo dell'energia e dei carburanti.

Lo testimoniano le parole di **Fausto Jori, amministratore delegato di EcorNaturaSì**, intervistato da Green Planet News: "Il mercato alimentare italiano ed europeo, compreso quello del biologico sta attraversando un momento di complessiva difficoltà. A partire dalla scorsa estate, complici i costi crescenti dell'energia, delle materie prime e dei trasporti che stanno impattando sul comparto agroalimentare, si registra una contrazione che interessa tutta la distribuzione".

Per dare concretezza a queste parole, Jori sottolinea che nel 2021 **l'aumento del costo dell'energia elettrica ha raggiunto circa il +70% e a dicembre 2021 ha toccato il record di +175%.** I costi delle materie prime hanno subito incrementi addirittura maggiori.

La sensazione di incertezza e timore per il futuro, incrementata ultimamente dalla guerra in Ucraina e dalle conseguenze economiche che ha determinato, ha spinto **molte famiglie ad una maggiore oculatezza nelle scelte di consumo.**

È interessante come elemento di spunto anche per i produttori di vino, non solo biologico o sostenibile, capire quale sarà la **strategia di rilancio** che il Gruppo EcorNaturaSì ha previsto per il prossimo triennio 2022-2025:

- focus sul retail e sul rapporto con il cliente,
- riallocazione di negozi nelle aree di maggiore visibilità e accessibilità ai clienti,
- maggiore focalizzazione sul mercato B2B della nuova azienda del gruppo (Biotobio) con l'obiettivo di rafforzare la leadership nella distribuzione

nell'Horeca,

- riposizionamento dell'azienda nel canale online, sia nelle grandi città che a supporto della rete dei propri negozi in tutta Italia,
- rafforzamento dell'ecosistema agricolo composto da oltre 300 aziende biologiche e biodinamiche,
- consolidamento della rete di oltre 500 fornitori e trasformatori bio,
- riorganizzazione interna per mitigare il consumo energetico e per ridurre lo spreco alimentare,
- costruzione di due grandi impianti fotovoltaici che dovrebbero produrre circa 1,5 MW.

Recentemente abbiamo sentito l'opinione di **Giulio Somma** – Direttore de “Il Corriere Vinicolo” sull'[impatto dei costi dell'energia elettrica sul settore vino](#) e sulle possibili strategie di contrasto, una analisi che per alcuni aspetti può essere estesa a tutto il comparto agroalimentare italiano.

La crisi di NaturaSì ci rende sempre più consapevoli dell'**interazione e del legame tra prospettive future, stabilità economica, benessere diffuso, potere d'acquisto e consapevolezza dei consumatori**. Quando questi elementi vengono stravolti, le conseguenze ricadono su tutta la filiera.