

# 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.