

Naturasi, 10 milioni sui negozi «Il biologico torna a crescere»

La holding trevigiana torna in utile nel 2024. Ricavi su anche quest'anno

415

In milioni di euro, i ricavi 2024 di Ecornaturasi, in crescita del 7,6%; 221 il dato nel primo semestre 2025



Brescacin
La Gdo insegue i discount: abbiamo spazio



Expansione Un negozio Naturasi; la rete si allarga

TREVISO Fuori discussione che l'inflazione renda più cari anche gli alimentari, comprimendo le capacità d'acquisto dei consumatori; ma è altrettanto vero che la grande distribuzione sta rincorrendo i Discount e che, dunque, chi si orienta sul biologico, per sua natura più costoso, si stia rivolgendo altrove. EcorNaturasi, catena veneta specializzata nella distribuzione e vendita di prodotti biologici e biodinamici, deve con tutta probabilità anche a questo l'inversione di rotta rispetto alle difficoltà di pochi anni fa, e la ripresa è rispecchiata dai conti 2024 e dei primi sei mesi 2025. I ricavi 2024 hanno superato i 415 milioni (+7,6% sul 2023) e progressione analoga è riscontrata tra gennaio e giugno (221,7 milioni) rispetto alla prima metà 2024.

«Non dipende solo dall'aumento dei punti vendita – premette il presidente, Fabio Brescacin, fondatore del gruppo di San Vendemiano (Trevi) – anche confrontando i risultati a parità di negozi, la crescita sarebbe comunque stata del 6% circa». L'ultima riga, così, esprime un utile 2024 di 7,35 milioni contro la perdita di 3,3

nel precedente esercizio. Effetto anche di una operazione straordinaria da 14 milioni, è vero, la cessione della emiliana Biotobio (detentrica di marchi quali Baule Volante, Finestra sul Cielo, Fior di Loto e Vivibio) alla fiorentina Probios. Operazione che rientra in una concentrazione della strategia di NaturaSì sul retail anziché sulla distribuzione, core business dell'insegna venduta, e che ha un'ulteriore conferma nella espansione della rete di vendita, arrivata lo scorso anno, con 10 nuove insegne, a toccare quota 330 (per esempio, nella sola Roma è presente con 36 negozi). Il piano prosegue anche quest'anno, con 10 milioni di investimenti per la ristrutturazione di 22 negozi e 12 tra nuove aperture, operazioni straordinarie e acquisizioni.

Nella prima metà 2025, i volumi di vendita sono cresciuti del 5,1% e questo, per il presidente, non avrebbe a che vedere con una polarizzazione della clientela. «La differenza di prezzo rispetto all'alimentare tradizionale s'è affievolita molto – prosegue Brescacin – e frutta e verdura hanno raggiunto livelli elevati anche nei

supermercati ordinari. Se il consumatore non si lascia andare a una spesa frettolosa e impulsiva, l'alimentazione bio è alla portata di molti più italiani di quanto si creda». Una questione «culturale» più che di reddito, che promette di dare ancora ampie soddisfazioni alla holding trevigiana. «Il segmento biologico in Italia vale il 3,1% e noi abbiamo l'1%. Siamo una realtà ancora molto piccola, gli spazi di crescita ci sono eccome». Senza acquistare altre società: «Per linee esterne – chiude il presidente – stiamo comperando qualche piccolo negozio, dismesso quasi sempre per passaggi generazionali non compiuti». Oggi il gruppo impiega circa 1.400 dipendenti, per oltre il 90% a tempo indeterminato e per il 60% donne.

Gianni Favero
© RIPRODUZIONE RISERVATA

