

FIERE. IL SANA SI PRESENTA DA BIOFACH: IL BIO IN ITALIA VALE 5 MLD

PRESENTATA LA 35ESIMA EDIZIONE DI BOLOGNA, SARÀ TOTALMENTE B2B (DIRE) Bologna, 15 feb. - Sana, il salone internazionale del biologico e del naturale promosso da BolognaFiere con FederBio, AssoBio e Cosmetica Italia, si è presentato a Biofach, a Norimberga. E, oltre a dire come sarà la 35esima edizione (in Fiera a Bologna dal 7 al 10 settembre), ha svelato i dati aggiornati del biologico a cura di Nomisma. In Italia il mercato interno del biologico vale cinque miliardi di euro (+132% negli ultimi dieci anni), di cui quattro di consumi a casa e uno nel fuori casa; può contare su un export di 3,4 miliardi di euro (+181% negli ultimi dieci anni, il 16% in più solo nell'ultimo anno) ed è sempre più significativa la vendita di prodotti biologici nella distribuzione moderna organizzata che oggi rappresenta il 58% del totale, per un valore complessivo di 2,3 miliardi e un +1,6% registrato sul 2021. Hanno acquisito in questo ambito sempre più spazio i prodotti a marchio del distributore, in crescita del 4% rispetto al 2021. Tra i prodotti biologici più consumati dagli italiani, latte, cereali per la colazione, uova, creme spalmabili e cibi per la prima infanzia. Tra i Paesi che acquistano maggiormente il biologico italiano spiccano la Germania, la Francia e il Benelux. Tornando al prossimo Sana, per la prima volta l'edizione 2023 sarà totalmente B2B, ovvero interamente dedicata ai professionisti e ai buyer del settore, e darà ampio spazio al segmento dei prodotti Veg e del free-from. Come ogni anno saranno gli Stati generali del biologico con 'Rivoluzione bio', a inaugurare la rassegna. "La manifestazione di settembre sarà come sempre occasione per fare il punto sui trend e le innovazioni di mercato con tutti gli stakeholder del settore, promettono Domenico Lunghi e Claudia Castello, direttore di BolognaFiere ed exhibition manager di Sana.

'Rivoluzione bio' è parte del progetto 'Being Organic in Eu', gestito da FederBio in partenariato con Naturland De e cofinanziato dall'Ue. "La collaborazione tra FederBio e Naturand è strategica per rafforzare la credibilità e sostenere la crescita del biologico in Italia e in Europa. Insieme- ha detto Paolo Carnemolla, segretario generale di Federbio- ci rivolgiamo alle aziende per incentivare la crescita delle superfici agricole destinate al biologico, ma stiamo intervenendo anche sui consumatori per incrementare la domanda di prodotti bio". Ha confermato Markus Fadl di Naturland: "Green deal e Farm to fork stanno ponendo obiettivi sfidanti e per raggiungerli resta molto da fare, soprattutto in termini di informazione e consapevolezza dei consumatori. Per questo, ci stiamo impegnando con una serie di azioni mirate per la crescita della cultura del biologico e della biodiversità". A mettere l'accento sulle sfide del settore, è Joanna Wierzbicka, vicedirettore Ifoam Organic Europe: "Dopo un decennio di successi, nel 2022 il mercato del bio non è cresciuto al ritmo sperato, a causa dell'impatto della guerra in Ucraina e dell'aumento dell'inflazione, fattori che rendono i consumatori sempre più sensibili al prezzo. L'aspetto positivo è che, nonostante ciò, le famiglie sono consapevoli dell'importanza di un'alimentazione sana e di una produzione agricola sostenibile". Particolarmente incoraggianti sono i dati sui giovani e sull'e-commerce. Secondo una ricerca condotta in Polonia, Germania, Francia, Italia in Spagna da Mintel, i consumatori tra i 16 ei 34 anni sono disposti a pagare di più per i prodotti bio. Sono inoltre in crescita le vendite online. In questo scenario 'Being Organic in the EU' può contribuire a una comunicazione sul biologico "sempre più incisiva" per "aumentarne il valore percepito e incentivarne la diffusione". (Red/ Dire) 17:02 15-02-23