

focus consumi

[LA FIERA]

Sana, l'evoluzione in mostra "Così un settore di nicchia è diventato motore di sviluppo"

IL SALONE INTERNAZIONALE DI BOLOGNA DAL 7 AL 10 SETTEMBRE CELEBRA I 30 ANNI DI ATTIVITÀ E TESTIMONIA COME MILIONI DI PERSONE ABBIANO FATTO DEL MANGIARE NATURALE UNA FILOSOFIA DI CONSUMO. LE SCELTE STRATEGICHE DEL FUTURO AL CENTRO DEL CONFRONTO

Milano

Ci sarà l'alimentazione biologica, naturalmente. Insieme alla cura del corpo e al green lifestyle, con le iniziative per una vita ecologica e sostenibile in ogni ambito. E ci saranno workshop e incontri con docenti, ricercatori universitari e professionisti di fama del mondo bio. Tutto questo nel programma di Sana 2018, il Salone internazionale del biologico e del naturale, che quest'anno celebra 30 anni di attività e dà appuntamento a Bologna dal 7 al 10 settembre.

La rassegna riparte dai numeri positivi realizzati nel 2017: 920 espositori (+10% sul 2016) su 22.000 mq di superficie espositiva netta (+13%), 70 appuntamenti tra convegni, workshop e presentazioni e 2.500 incontri programmati tra aziende e buyer internazionali in arrivo da 30 Paesi (+11%). E da un nuovo layout che vede salire a 7 i padiglioni riservati alla manifestazione che assegna il 21, 22, 31 e 32 al settore alimentazione biologica, il 25 e il 26 alla cura del corpo naturale e bio e il padiglione 19 al green lifestyle.

Organizzato da BolognaFiere — in collaborazione con FederBio e con il patrocinio del ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare — il Sana rappresenta un punto di riferimento per gli operatori di un settore di cui l'Italia è tra i maggiori leader in Europa. «Festeggiamo quest'anno i 30 anni della manifestazione, in questo arco temporale abbiamo visto nascere e crescere il biologico che da settore di nicchia è divenuto driver di sviluppo e innovazione per l'economia del nostro Paese e occasione di ulteriore valorizzazione delle nostre eccellenze — dichiara Gianpiero Calzolari, presidente BolognaFiere —

Oggi il biologico caratterizza nuovi stili di vita che riservano grande attenzione a tutti gli aspetti del quotidiano, guidando le scelte di acquisto, non solo in ambito food».

Calzolari aggiunge: «In questo scenario, l'agricoltura biologica ricopre un ruolo di primaria importanza rappresentando uno degli ambiti in cui si giocano le scelte strategiche del futuro e in cui, ancora una volta, il nostro Paese è fra i protagonisti per superficie coltivata a bio e per export dei prodotti derivati. Saranno proprio le scelte strategiche del futuro al centro dei dibattiti di Sana 2018 che coinvolgeranno i protagonisti del settore per andare a individuare gli interventi che consentiranno un ulteriore rafforzamento della posizione del nostro Paese in ambito bio».

Il comparto, come noto, cresce a doppia cifra da oltre 10 anni. Anche i primi mesi del 2018 confermano questo trend. Ma è una crescita diversa rispetto al passato, ora è più orientata verso il canale della Gdo e meno verso quello dei negozi specializzati come riportano tutti gli indicatori di mercato. Non a caso, il tema di quest'anno dell'Osservatorio Sana — lo studio curato da Nomisma, con il patrocinio di FederBio e AssoBio — sarà su "Tutti i numeri del bio: i driver del consumatore e le novità del canale specializzato". Un focus sulle abitudini di acquisto e sulle ragioni alla base della scelta di prodotti biologici da parte dei consumatori, e sulla risposta che il canale specializzato, i circa 1.400 punti vendita con assortimento interamente biologico, ha messo in campo per rispondere a queste nuove esigenze in termini di offerta, strategie di vendita e gestione commerciale.

Il punto di forza della rassegna resta sempre il settore dell'alimentazione biologica. In fiera saranno presentati i prodotti italiani e stranieri più richiesti sul mercato: alimenti freschi e confezionati, prodotti lattiero-caseari e gelati, alimenti a base di carne e di pesce, oli, pasta, riso, cereali, dolci e prodotti da forno, alimenti dietetici, miele e conserve, vi-

ni e bevande. Inoltre, per sensibilizzare il consumatore verso un approccio più attento ai prodotti che acquistano, un contributo importante arriverà dalla 5ª edizione della Festa del Bio, promossa da Federbio. Bologna è l'ultima tappa dell'evento che ha "attraversato" l'Italia con l'obiettivo di informare le persone che non si sono ancora avvicinate al biologico.

Un appuntamento — quello previsto per sabato 8 settembre, dalle 10 alle 20 — che coinvolgerà tutti i protagonisti del sistema: dagli appassionati agli operatori di settore, dalla filiera di produzione alla distribuzione, dai grandi e piccoli produttori fino ai semplici consumatori.

Un ruolo di primo piano è riservato anche al settore cura del corpo naturale e bio con un'ampia proposta di cosmetici biologici e naturali, integratori alimentari e tutto ciò che riguarda il benessere. I convegni del Sana Academy, punto di riferimento per la formazione e l'aggiornamento dei professionisti bio, si occuperanno fra l'altro di dieta vegetariana, di nutrizione e longevità, di biotecnologie come nuovo paradigma nella produzione di ingredienti per cosmetici naturali e sostenibili. Confermata infine la centralità dell'area green lifestyle, collocata per la prima volta al padiglione 19 e articolata in 7 sotto-settori per offrire a chi conduce (o vuole condurre) uno stile di vita sano ed ecologico tutto il meglio del mercato. (v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA





[[DATI]]

**Sono 6,5 milioni le famiglie che scelgono qualità e benessere
Ortaggi e frutta i più presenti nel carrello della spesa salutista**

La quota del bio nella Gdo ha raggiunto il 3,7% a maggio (ultimo dato disponibile), un passo in più ancora rispetto all'ultima rilevazione. Ma cresce anche il numero di referenze nell'ultimo anno che ora è arrivato al 18% (da 201 a 237 referenze mediamente vendute in Gdo).

A registrarlo sono i dati Nielsen che sottolineano il peso importante della categoria ortofrutta che mantiene le sue posizioni e che beneficia della grande spinta dovuta alla domanda di prodotti ad alto contenuto di servizio. All'interno della sua area merceologica, l'ortofrutta bio pesa il 5,3% in Gdo, di fatto è la categoria merceologica dove il bio ha la maggior penetrazione, in lievissima crescita rispetto al 2017, mentre rispetto al biologico in generale la quota sale

all'11,3% e contribuisce a far crescere la sua categoria dell'8,9%.

Osservando la classifica dei prodotti bio più venduti nell'ultimo anno, appena fuori dalla top 10 troviamo la verdura di IV gamma bio che pesa all'interno della sua categoria il 3,9% ma cresce significativamente, tanto da essere con poco più di 7 milioni di euro il quinto prodotto a salire di più. Nel complesso, in questo momento il bio può contare su 6,5 milioni di famiglie (26% del totale) abituali che ogni settimana mettono prodotti con il simbolo europeo del biologico nel carrello. Anche gli acquirenti considerati saltuari sono saliti a 21,8 milioni di famiglie, l'88% del totale, anch'essi in crescita di 1,3 milioni di unità come quelli abituali. (v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Nella foto **Gianpiero Calzolari** presidente Bologna Fiere che organizza Sana