

BIO&NATURALITÀ TREND POSITIVO

La corsa del biologico non si ferma. E questo mese al Sana di Bologna si fa il punto su un settore che mostra anche nel fuori casa una forte vitalità

di Claudio Bonomi

Facciamo un momento il punto su alcune notizie apparse sui quotidiani: la Monsanto, colosso delle biotecnologie agricole, ha rinunciato a chiedere all'Unione Europea nuove autorizzazioni per la coltivazione di prodotti geneticamente modificati; alcune catene distributive negli Stati Uniti hanno lanciato una campagna verità per etichette sempre più chiare e trasparenti sulle confezio-

ni dei cibi; in Italia, cresce il numero di italiani che quando mangiano fuori casa in vacanza sono alla ricerca di menù a chilometri zero. Per la precisione, secondo un'analisi di Coldiretti su dati Ipr Marketing, sono l'87%. E ben il 29% è disposto a pagare di più per averlo. L'attualità e l'importanza di questi temi svelano una domanda di "naturalità" e di alimenti genuini che è ormai trasversale a più mercati - dal retail alla

somministrazione - e che a dispetto della crisi avanza e conquista nuovi consumatori. **Di questo e di molto altro se ne parla al Sana (Bologna, 7-10 settembre 2013). Organizzato da BolognaFiere, è da 25 anni l'evento fieristico di riferimento per i prodotti biologici, naturali e di erboristeria.**

Un appuntamento che rispecchia una realtà economica in ottima salute: gli operatori biologici certificati in Italia sono 49.709 (2012), in aumento rispetto all'anno precedente del 3%. In cre-



SANA IN BREVE

Date: dal 7 al 10 settembre 2013 presso il quartiere fieristico di Bologna
Settori: alimentazione, benessere e altri prodotti naturali
Ticket: ingresso gratis per gli operatori professionali (previa registrazione).
Visitatori: 20 euro.
Web: www.sana.it

scita anche la superficie coltivata secondo il metodo biologico, che risulta pari a 1.167.362 ettari, con una crescita complessiva del 6,4%. Performance di segno positivo anche sul fronte dei consumi. A testimoniare è l'ultima rilevazione del Panel famiglie Ismea/Gfk-Eurisko che indica, nel primo quadrimestre 2013, una spesa bio in espansione (+8,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente).

Valori e nuovi concept

Chi è ancora convinto che il biologico sia confinato all'idea dell'orto sotto casa deve invece ricredersi e iniziare a confrontarsi con un settore che oggi è uno dei punti di forza del nostro export. **Anche sul mercato interno del fuori casa sono abbastanza chiari i segnali di una proliferazione di "antenne" biologiche o, comunque, di iniziative imprenditoriali collegate a valori contigui come la stagionalità, il chilometro zero, la tipicità, la trasparenza della filiera, la sostenibilità ecc.** Pensiamo al piccolo boom delle gelaterie biologiche (un argomento che appro-

I locali biofriendly e i loro creatori sono protagonisti a Bravo Bio 2013

fondiremo sul numero di ottobre) o alla diffusione di concept ibridi che incrociano dettaglio tradizionale e somministrazione o, ancora, a chef o bartender che si sono "votati" alla mission del food&beverage naturale. Di queste esperienze se ne parla proprio al Sana che oltre a ospitare la terza edizione del nostro Bravo

Tanta formazione, incontri b2b e un bio store



MARCO MOMOLI

Direttore business unit Cultura e Consumo di Bologna Fiere e exhibition director di Sana. Il salone nasce nel 1989 e nel 2007 Bologna Fiere ne assume la segreteria organizzativa. Nel 2009 l'ente fieristico bolognese ne acquisisce la proprietà totale.

Carriera 51 anni, sposato con tre figli, è in Bologna Fiere dal 1991. Il suo obiettivo è consolidare la leadership di Sana, conferendogli un profilo sempre più internazionale.

Quali sono le previsioni per l'edizione 2013 di Sana e quali le principali novità?

Il biologico è un settore economico che vanta nonostante la crisi performance positive e settori come l'alimentare che stanno mostrando una straordinaria vitalità. E anche il Sana è una realtà in pieno sviluppo, tanto che quest'anno prevediamo di migliorare in termini di numero di espositori, visitatori e superficie complessiva già ottimizzati rispetto allo scorso anno. Puntiamo anche a rafforzare ancora di più il ruolo internazionale del salone e, attraverso Sana Academy, offriamo un ricco e qualificato palinsesto di corsi rivolti ai nostri target business di riferimento, compresi gli operatori del fuori casa.

Quest'anno a quali mercati esteri vi rivolgete in particolare?

Il focus è sul mercato sud coreano e, nell'ambito di un programma di valorizzazione e internazionalizzazione del made in Italy realizzato in collaborazione con il ministero per lo Sviluppo Economico, ospitiamo una ventina di buyer provenienti dal Paese asiatico per promuovere e diffondere le nostre bio eccellenze. L'anno scorso gli incontri mirati b2b tra delegazioni estere e operatori italiani sono stati circa 700. Un successo straordinario che intendiamo replicare.

Ci sono iniziative trasversali ai mercati business e consumer?

Debutta lo spazio Sana Shop, un vero bio store, dove gli espositori potranno vendere i loro prodotti e abbiamo creato una serie di eventi "fuori Salone" per coinvolgere l'intercittà di Bologna.





APPUNTAMENTI

Convegni, workshop, corsi, premi. Ecco i nostri suggerimenti per una visita proficua a Sana (per orari e location consultare www.sana.it)

Sabato 7 settembre

È il giorno dei "numeri" per fare il punto sulle tendenze della filiera biologica: dalla lettura delle dinamiche di mercato all'individuazione delle esigenze del consumatore. Sempre sabato lo chef Nicola Michieletto tiene un corso sul tema "Il prodotto biologico nella cucina salutista"

Domenica 8 settembre

Si parla di gelato e non poteva essere diversamente visto il boom delle bio gelaterie. Roberto Lobrano, docente della Carpigiani Gelato University, guida un workshop sul gelato biologico.

Lunedì 9 settembre

È il giorno di Bravo Bio, iniziativa che premia i locali che valorizzano la loro proposta biologica e/o biodinamica. L'evento è preceduto dalla tavola rotonda "Menù biologici dal fuori casa al web. Modelli di business, concept e storie di successo". Sempre lo stesso giorno il barman e consulente Marco Dalboni parla di bio cocktail, bio caffetteria e bio pasticceria.

Martedì 10 settembre

Si parla di ristorazione collettiva e bio con l'esperto Daniele Ara. Da non dimenticare una visita a Sana Shop, bio store dove acquistare le novità.



Mauro Dalboni, barman e consulente. È docente ai corsi di Sana Academy dedicati ai professionisti del bar

Quest'anno al Sana debutta il Sana Shop, bio store dove i visitatori possono acquistare i prodotti degli espositori



Bio, riconoscimento che va ai locali che valorizzano al meglio la proposta bio, incorpora una serie di appuntamenti dedicati agli operatori della somministrazione. **Ad esempio, la tavola rotonda "Menù biologici dal fuori casa al web: modelli di business, concept e storie di successo" dove viene presentato il progetto Bio Gourmet,** disciplinare messo a punto da Confesercenti Emilia Romagna, o i corsi di Sana Academy dedicati ai professionisti del bar - dalla bio caffetteria alla bio mixability - curati dallo specialista Mauro Dalboni. «Negli ultimi due e tre anni - spiega Dalboni - l'interesse per il biologico è aumentato moltissimo. E si tratta quasi sempre di professionisti molto motivati. Non è poi raro vedere imprenditori che hanno già un'attività nel settore del dettaglio pianificare iniziative parallele nell'area della somministrazione. Dunque, non c'è solo il fenomeno delle bio gelaterie o delle bio cucine centralizzate che approvvigionano di bio menù per la pausa pranzo bar e locali, ma stanno crescendo operatori specializzati nella lavorazione e proposta di bevande a base di frutta e verdura». In questo scenario una visita al Sana può davvero diventare un'occasione di business. ■