

SANA 2012 PREMI ALL'INNOVAZIONE E ALLA QUALITÀ BIO

SANA AWARD BENESSERE

Giunto alla sua seconda edizione, il premio **SANA AWARD BENESSERE** è dedicato alle **erboristerie**, un canale di vendita al dettaglio tipicamente italiano, che ha contribuito alla promozione di una sempre più diffusa cultura della salute basata sull'impiego di prodotti naturali e rimedi fitoterapici. Obiettivo di SANA AWARD, in particolare, è premiare le erboristerie per l'innovazione negli strumenti di comunicazione e contatto con il cliente e per la qualità del servizio reso, ad esempio in materia di competenza in campo erboristico e fitoterapico.

La scadenza per l'invio delle domande di partecipazione è stata fissata al **26 agosto**.

Informazioni, regolamento e modulo di iscrizione alla pagina web <http://www.sana.it/eventi/benessere> del sito di SANA 2012. Sono quattro le categorie in cui è suddiviso il premio:

- Servizi per migliorare la gestione del punto vendita
- Strumenti di comunicazione che affrontano temi legati al benessere e al ruolo dell'erborista
- Servizi per migliorare il contatto col pubblico
- La vetrina quale strumento capace di comunicare

Nell'edizione 2011 sono risultate vincitrici: per la prima categoria l'Erboristeria Ape Regina di Milano (motivazione: "Punto di riferimento per tanti clienti di Milano e della provincia, è un ambiente caldo dove persone qualificate accolgono i clienti e li guidano nella scelta dei prodotti. Tante idee regalo con confezioni personalizzate"); per la seconda categoria l'Erboristeria Artemisia di Rimini ("La profonda conoscenza delle piante e dei loro molteplici impieghi - da quello tradizionale a quello biochimico e farmacologico - consente di dare consigli specifici ad ogni persona. L'iniziativa è gratuita ed è riservata esclusivamente agli espositori di SANA diretti e case rappresentate. E' possibile presentare fino a tre prodotti per ciascuna delle categorie previste. Per informazioni scrivere a sana@bolognafiere.it. Tra i prodotti segnalati dalle aziende espositrici, e raccolti in un'area riservata, i visitatori di SANA 2012 potranno votare il loro preferito nelle giornate di sabato 8 settembre e domenica 9.

PREMIO SANA NOVITA'

Per il secondo anno consecutivo, SANA intende premiare l'impegno delle aziende a favore dell'innovazione. A questo fine **L'AREA NOVITA'** sarà la vetrina riservata ai **prodotti innovativi, segnalati dalle aziende espositrici, immessi sul mercato a partire dall'1 OTTOBRE 2011** e caratterizzati da elementi di **novità nella fase di produzione, trasformazione, confezionamento e nel packaging, con particolare riferimento ai temi della sostenibilità ambientale**. L'iniziativa è gratuita ed è riservata esclusivamente agli espositori di SANA diretti e case rappresentate. E' possibile presentare fino a tre prodotti per ciascuna delle categorie previste. Per informazioni scrivere a sana@bolognafiere.it. Tra i prodotti segnalati dalle aziende espositrici, e raccolti in un'area riservata, i visitatori di SANA 2012 potranno votare il loro preferito nelle giornate di sabato 8 settembre e domenica 9.

I risultati della votazione verranno resi noti lunedì 10, in mattinata.

Vincitori dell'edizione 2011 sono risultati Baule Volante, che si è aggiudicato il premio per la categoria Alimentazione con biscotti e crackers della Linea Benessere; Erbolario con la Linea acido ialuronico per la categoria Benessere; Coop Italia con Cancelleria, carta & scrittura e pannolini "riutilizzabili", della Linea Vivi Verde per la categoria Altri Prodotti.

PREMIO LOCALE BRAVO BIO

A valorizzare i **locali biofriendly** penserà la seconda edizione del premio **Locale Bravo BIO** al quale partecipano gestori e titolari di locali (**bar, pizzerie, ristoranti e hotel**) che utilizzano in tutto o in parte prodotti certificati biologici e biodinamici. La selezione è organizzata dalle riviste Bargiornale, Ristoranti, Imprese del Gusto e Pianetahotel del Gruppo 24 ORE in collaborazione con SANA. I locali **vincitori** selezionati dalla giuria verranno premiati a SANA 2012 nel corso di un evento in calendario nella mattina di lunedì 10 settembre, in Sala Melodia, al Centro servizi del Quartiere Fieristico. **La premiazione sarà preceduta da una tavola rotonda sul tema: L'opzione biologica in tempo di crisi: strategie ed esperienze di successo nei fuori casa"**.

Nel 2011 sono stati premiati, tra gli hotel, l'albergo "LA PERLA" di Corvara (Bolzano), i cui gestori hanno individuato nell'opzione biologica una scelta di vita prima ancora che una strategia imprenditoriale. Nella categoria ristoranti il premio è stato assegnato al ristorante "ZENZERO" di Grumolo delle Abbadesse (Vicenza), per la capacità di selezionare i prodotti bio, di valorizzare la filiera corta e di comunicare a propri valori agli ospiti, a partire dal menù. Nella categoria bar il premio è andato al "BIO'S CAFE" di Rimini, un veterano della gastronomia biologica, che si caratterizza per l'offerta variegata dalla prima colazione alla pizza.

OSSERVATORIO SANA IL MERCATO BIO IN EUROPA

Con il supporto di SANA e Federbio, in collaborazione con la Regione Emilia-Romagna e il Ministero dello Sviluppo Economico, il biologico italiano cerca di ampliare ulteriormente i propri sbocchi sui mercati esteri. Alla prossima edizione di SANA sarà ospitata, per la prima volta nella storia della manifestazione, una delegazione di buyer provenienti da Russia, Usa, Brasile e Cina. Di seguito una **panoramica elaborata dall'Istituto di ricerche Nomisma per l'OSSERVATORIO SANA** sullo stato di salute dei **mercati bio di Germania, Francia e Regno Unito**, tradizionalmente in pole position in Europa per il consumo di alimenti biologici.

BIOEXPORT ITALIANO LEADER IN GERMANIA PER FRUMENTO, MAIS, POMODORI E MELE BIOLOGICI

In Germania i consumi di alimenti biologici hanno ripreso a crescere in misura consistente. Le vendite hanno raggiunto un valore di 6,59 miliardi di euro nel 2011 (+9,4% rispetto al 2010) ed il peso degli alimenti biologici sul valore del mercato alimentare tedesco è salito al 3,7% (era il 3,4% nel 2010). Il 54% delle vendite di alimenti biologici è stato realizzato presso il dettaglio alimentare generalista (GDO). Il restante 46% è stato realizzato prevalentemente presso i negozi di alimentari biologici (per il 37% in supermercati del bio e negozi specializzati) ed in parte (9%) presso altre strutture di vendita del piccolo dettaglio (fornai, drogherie, fruttivendoli, mercati rionali, spacci aziendali, erboristerie, ecc...). La **Germania non è soltanto il più grande mercato di consumo di alimenti biologici dell'Unione Europea, ma anche uno dei maggiori paesi produttori di derrate ed alimenti biologici**. Tuttavia, in quasi tutte le categorie merceologiche, la domanda interna supera l'offerta e la differenza è coperta dalle importazioni.

Un recente studio riferito alla campagna agricola 2009/2010 ha messo in luce la **dipendenza della Germania dall'estero per l'acquisto di prodotti agro-alimentari biologici in tutte le più importanti categorie merceologiche disponibili sul mercato**. Il peso dell'import può raggiungere livelli anche molto elevati, ben superiori al 50% dell'offerta complessiva. Nel periodo considerato dall'analisi, **la Germania ha importato il 100% della propria disponibilità di riso, lenticchie, semi di sesamo e banane ed il 76% dei semi oleosi**. Anche per le derrate per le quali la quota delle importazioni varia a seconda della quantità e qualità del raccolto tedesco (o della produzione) il peso dell'import sull'offerta complessiva è stato consistente: 50% per le mele, 28% per le patate, 22% per le carni suine e 15% per latte e cereali.

L'aspetto più interessante è che **l'Italia è risultato essere il principale fornitore di molti dei prodotti agro-alimentari bio**. Più in dettaglio, **il nostro paese è stato il primo fornitore di frumento (18.200 tonnellate, 26% dell'offerta totale) e mais (7.020 tonnellate, 39% del totale)**. Inoltre, l'Italia è stata tra i principali fornitori di soia (3.610 tonnellate, 19% del totale) e pomodori (2.160 tonnellate, 12% del totale). **In particolare, nella campagna 2009/2010 il 36% delle mele bio importate in Germania proveniva dall'Italia (Sud Tirolo)**.

Fonti: dati tratti da "Analisi dello sviluppo dell'offerta estera per i prodotti biologici rilevanti per il mercato tedesco" a cura di (AMI - Agrarmarkt Informations-Gesellschaft), Agro- Milagro ricerca, fileXinfo e FiBL - Istituto di Ricerca per l'Agricoltura Biologica (2011), elaborati per Osservatorio SANA a cura di NOMISMA

LA FRANCIA SI CONFERMA UN MERCATO DINAMICO PER IL BIO

La Francia occupa il secondo posto, alle spalle della Germania, nella graduatoria comunitaria (UE a 27 membri) dei più importanti mercati per gli alimenti biologici riferita al 2010 (fonte: FiBL-IFOAM 2012). **Per il 2011 le vendite di alimenti biologici sono state stimate pari a 3,9 miliardi di euro (+11% sul 2010), di cui 3,75 miliardi relativi al consumo domestico e 158 milioni alla ristorazione collettiva**. La crescita del consumo domestico si spiega con la maggiore disponibilità di prodotti resa possibile dall'apertura di nuovi punti di vendita (supermercati biologici) sul territorio transalpino. Complessivamente, **nel 2011 il mercato dei prodotti alimentari bio in Francia valeva il 2,4% del totale alimentare (era l'1,3% nel 2007)**.

Per quanto riguarda i **comportamenti di acquisto**, la periodica indagine annuale di Agence Bio ha rilevato che la percentuale di consumatori francesi che aveva acquistato ogni mese almeno un alimento biologico era passata dal 37% del 2003 al 40% (4 su 10) del 2011. L'attento alla salute e la salvaguardia dell'ambiente sono il motivo principale per l'acquisto di alimenti biologici da parte dei consumatori francesi. In merito alla sensibilità al prezzo, **il 56% degli intervistati (erano il 39% nel 2004) ha affermato di ritenere normale che gli alimenti biologici siano più costosi degli altri**.

Rispetto all'offerta di beni agricoli, i dati definitivi del 2011 attribuiscono al settore biologico francesco 23.135 aziende agricole (+12% sul 2010), cioè il 4,5% del totale. In crescita anche le aziende di preparazione e distribuzione, salite a 12.136 unità (+16% sul 2010). In complesso, nel 2011, gli operatori biologici sono saliti a 35.271 unità (+13,6%). Le superfici a biologico (compresi i terreni in conversione) si estendevano su 975.141 ettari (+15,3% sul 2010) ed erano pari al 3,5% della SAU (Superficie Agricola Utilizzata) italiana. **Agence Bio ha comunicato che nel corso del primo semestre del 2012, grazie all'adesione di nuove imprese al sistema di controllo, la SAU bio in Francia ha superato il milione di ettari**.

Fonte: Agence Bio (www.agencebio.fr)
Elaborazioni per Osservatorio SANA a cura di NOMISMA

NEL REGNO UNITO BIOVENDITE IN CRESCITA SOLO PER AGNELLO, POLLAME, E BABY FOOD

Nel 2011, nel Regno Unito, le vendite di alimenti bio sono state pari a 1,6 miliardi di sterline (circa di 1,8 milioni di euro), rappresentando quindi un calo del 3,7% sul 2010. La contrazione delle vendite si spiega con la minore disponibilità di prodotti biologici sugli scaffali (meno spazio di vendita e gamma più ristretta) delle grandi catene di supermercati: Asda, Co-operative, Lidl, Mark & Spencer, Morrisons, Sainsbury's, Tesco e Waitrose. Nel comparto alimentare, gli unici prodotti in controtendenza rispetto al generale trend negativo delle vendite sono stati le carni di agnello (+16% sul 2010), gli alimenti per neonati (+6,6%) ed il pollame (+5,8%)(2).

Il 71,4% delle vendite al dettaglio di alimenti biologici registrate nel 2011 (per un valore di 1,2 miliardi di sterline, corrispondenti a circa 1,4 miliardi di euro) è transitato tramite le grandi catene di supermercati generalisti. Il giro d'affari complessivo degli altri canali è stato di 477 milioni di sterline (circa 550 milioni di euro), pari al 28,6% del totale e si è ripartito tra dettaglio indipendente (14,8%), vendite a domicilio (1%), cataloghi postali (10%), spacci di dettaglio agricolo (1,8%), Farmers' markets (1,1%) e catering (mense, ospedali, ecc ... per lo 0,9%).

Per quanto riguarda i **comportamenti di acquisto si è verificato che nel 2011 più di otto famiglie su dieci (83%) hanno acquistato prodotti biologici almeno una volta nel corso dell'anno. In media, gli inglesi comprano prodotti biologici 13 volte nel 2011, contro le 14 volte del 2010**. All'interno del paniere agro-alimentare, lattiero - caseari, frutta fresca e verdure continuano ad essere le più popolari categorie merceologiche biologiche, rispettivamente con il 29% e il 23% delle vendite. Nel luglio 2011 la superficie (compresi 50.974 ettari in conversione), pari al 4,2% della superficie agricola complessiva. Il dato riflette una riduzione degli investimenti del 2,8% rispetto al 2010.

Fonte: Soil Association: Organic Market report 2012
Elaborazioni per Osservatorio SANA a cura di NOMISMA

PER GLI OPERATORI
ingresso gratuito registrandosi su
www.sana.it

con il patrocinio di:



In collaborazione con:

