

# CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

## IL BILANCIO DI SANA, SFIORATE LE 50 MILA PRESENZE



[Biologico, Fiere](#)

Pubblicato il 14 settembre 2021

Condividi [Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [LinkedIn](#) [Email](#)

Nella **prima edizione post pandemia** – che si è tenuta dal 9 al 12 settembre 2021 in contemporanea con Cosmofarma Reazione e OnBeauty by Cosmoprof – SANA 2021, secondo gli organizzatori, ha registrato **ottimismo** e grande dinamicità da parte degli espositori e degli operatori professionali/buyer intervenuti in fiera che hanno evidenziato l'esigenza e la volontà di tornare a incontrarsi in presenza.

La contemporaneità con gli altri due eventi ha valorizzato nuove sinergie fra il mondo del biologico e i settori merceologici degli altri due eventi in svolgimento, sviluppando nuovi contatti commerciali e opportunità di business. Ad accogliere gli operatori, circa **50.000 fra buyer, distributori e professionisti** che hanno partecipato alle iniziative in presenza e digitali, una grande piattaforma espositiva con 1.150 brand – 600 riferiti a SANA – e 10 padiglioni espositivi.

### **Trend e bilancio positivi e nuove iniziative per sviluppare nuovi business**

Il dinamismo negli scambi commerciali, i trend di mercato emersi dall'Osservatorio SANA (presentato in apertura di manifestazione, nell'ambito di Rivoluzione Bio gli Stati generali del biologico) e degli altri numerosi momenti di confronto hanno evidenziato, nel post pandemia, una ancor maggiore sensibilità verso l'ambiente e un concetto di wellness che coinvolge un numero sempre più ampio di interlocutori.

Una tendenza che si concretizza in un valore del mercato Bio che, in Italia, si è attestato nel 2020 a 4.573 milioni di euro e un export di bio made in Italy sui mercati internazionali pari a oltre 2.900 milioni di euro.

Nascono anche per dare risposte a questo nuovo scenario, in rapida evoluzione, alcune nuove iniziative che SANA 2021 ha presentato in questa edizione e di prossima realizzazione.

### **Internazionalizzazione: SANA lancia SANA BUSINESS DAYS ad Amburgo**

Si ampliano le azioni a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese del bio con la nuova iniziativa SANA BUSINESS DAYS, che nel mese di giugno 2022 – il 23 e il 24 – si terrà ad Amburgo; un progetto dedicato agli operatori del settore (produttori e distributori) interessati ad ampliare i loro contatti commerciali in Germania, Austria e Svizzera.

Il mercato tedesco è, oggi, l'area di maggior interesse in Europa per la cosmesi naturale, con un volume pari a 1.38 miliardi di euro (dato 2019) e un indice di crescita che si attesta al 9%.

SANA BUSINESS DAYS sono organizzati da BolognaFiere in collaborazione con Health and Beauty, media company del Gruppo BolognaFiere, con sede in Germania, organizzatore di 14 manifestazioni/eventi in Europa. Forte l'interesse espresso dalle imprese del settore beauty verso la nuova iniziativa che apre le porte a mercati che offrono grandi opportunità commerciali; oltre il 70% delle imprese del settore Care&Beauty ha dichiarato di essere interessato a partecipare all'evento.

Sempre in chiave di internazionalizzazione, ma per il settore Food, SANA 2021 ha visto la definizione di una ancor più stretta collaborazione fra BolognaFiere, FederBio e Naturland (ente certificatore tedesco) per la promozione del bio italiano sui mercati esteri; un altro contributo per valorizzare la qualità dei prodotti nazionali, supportando le strategie di marketing e di export dei nostri produttori.

Ottime, quindi, anche le prospettive per l'area FOOD le cui aziende specializzate nella produzione e distribuzione di alimenti bio ripartono dal bilancio in positivo di SANA lasciandosi definitivamente alle spalle le difficoltà legate alla pandemia, aprendosi con ancora maggior dinamismo a nuovi mercati e potenziando ulteriormente i canali di vendita on line.

Apprezzato, dagli operatori, il lancio di **SANATECH**, il Salone professionale dedicato alla filiera della produzione agroalimentare, zootecnica e del benessere, biologica ed ecosostenibile. Promosso da BolognaFiere, con il sostegno di FederBio Servizi e la segreteria tecnico-scientifica di Avenue Media, SANATECH ha offerto importanti momenti di riflessione su temi chiave per il comparto, dalla sostenibilità del packaging al bio-controllo evidenziando l'esigenza di un momento di confronto esteso a livello di filiera.

Numeri positivi anche per tutte le altre iniziative e per la prima edizione di SANA DIGITAL che, dall'1 all'8 settembre ha anticipato, con una fitta agenda di incontri, i contatti fra operatori nazionali e internazionali e gli espositori.

“Abbiamo avuto conferma, con soddisfazione, della forte determinazione di ripresa delle imprese che sono tornate in Fiera dopo questo lungo periodo di interruzione delle attività in presenza, confermandoci la loro fiducia – ha dichiarato **Gianpiero Calzolari, presidente BolognaFiere** -. A loro va il primo ringraziamento che estendiamo ai partner storici, Cosmetica Italia, FederBio, AssoBio e ICE (per il supporto nella promozione sui mercati internazionali) e alla città che si è stretta attorno alla sua Fiera per una ripartenza in totale sicurezza delle attività. Oggi, con ancora maggior determinazione siamo accanto alle nostre imprese per sostenerle nel rilancio e per rafforzarne la presenza sui mercati esteri anche con nuove iniziative e collaborazioni strategiche in termini di internazionalizzazione. Il biologico e la sostenibilità sono stati il filo conduttore di un dialogo che ha coinvolto anche le altre due

manifestazioni in svolgimento contemporaneamente a SANA, evidenziando la crescente attenzione di produttori, industrie e consumatori ai temi ambientali”.

“Lo scorso anno, SANA è stato l'unico appuntamento fieristico in presenza di tutto l'anno. Il fatto che nel 2021 il Salone del biologico e del naturale si sia svolto insieme a OnBeauty e Cosmofarma – commenta Renato Ancorotti, presidente di Cosmetica Italia – credo sia un bellissimo segnale di una ripartenza che finalmente sembra prendere il giusto slancio. Non solo. Per chi come noi del mondo della cosmesi, vive e lavora a cavallo tra diversi settori e canali di distribuzione, un triplo appuntamento come questo è il chiaro emblema di una sinergia virtuosa che sarà indispensabile portare avanti per affrontare la ripresa con successo. Nello specifico, a Sana abbiamo portato avanti una riflessione sui cosmetici a connotazione naturale e sostenibile, che costituiscono, a livello nazionale, un fenomeno da oltre 1,6 miliardi di euro”.

“SANA e Rivoluzione Bio 2021 hanno dato il segnale positivo della ripartenza e sono state occasione per fare il punto sul settore, facendo emergere il trend costante di crescita sia nella produzione che nel mercato, con un balzo notevole dell'export – ha dichiarato **Maria Grazia Mammuccini**, presidente FederBio -.Tutti segni positivi che evidenziano una crescita strutturale. Ma ha fatto emergere anche le criticità che dobbiamo affrontare rapidamente se vogliamo cogliere le opportunità di questa fase nella quale i cittadini scelgono sempre di più i prodotti biologici e l'Europa punta in maniera determinata sul bio. Servono scelte politiche chiare, coraggiose, che investano nel biologico per supportare la transizione ecologica dell'agricoltura italiana a partire dal Piano Strategico Nazionale della PAC con l'obiettivo del 30% di superficie coltivata a bio al 2027, all'approvazione definitiva della legge e all'elaborazione del Piano d'Azione Nazionale sul biologico”.

“In chiave di sostenibilità economica, ambientale e sociale, nell'ultimo anno il ruolo del biologico si è rafforzato grazie ad un mercato estremamente ricettivo verso i prodotti bio e di origine italiana. Questo ha attribuito uno speciale significato all'edizione 2021 di SANA – ha dichiarato **Roberto Zanoni**, **presidente AssoBio** -, a pochi mesi dall'approvazione in Senato della legge sull'agricoltura biologica, che adesso attende il passaggio alla Camera. Il grande interesse per il mondo del biologico, oltre ad essere l'espressione di un settore solido e con ampie possibilità di crescita, è anche l'affermazione della volontà sempre più frequente da parte dei consumatori di scegliere biologico e condividere i valori da esso veicolati. Dimostrazione di questa volontà è stata l'affluenza ai convegni organizzati da AssoBio: il convegno “Food: Packaging&Bio – Indagine AssoBio sul packaging sostenibile” ha sottolineato l'importanza del binomio prodotto-packaging sostenibile come aspetto fondamentale di coerenza, che il consumatore ha compreso a pieno e che ormai si aspetta. Le nostre aziende hanno sposato questa missione e durante questa edizione di SANA lo hanno dimostrato con la loro esperienza e i numeri”.