

Sana, tutta l'Italia più green

Tra le novità spicca l'ampliamento dei settori Cura del corpo naturale e bio e Green Lifestyle, accanto ai due padiglioni del Food & Drink, sempre più export-oriented

 **Andrea Nicoletti**

A un passo dai 30 anni, il **Sana di Bologna** – la cui 29esima edizione è in programma dall'8 all'11 settembre prossimo – ha attraversato ormai tutte le stagioni delle filiere alimentari biologico-naturali, diventandone allo stesso tempo un punto d'incontro e di riflessione e un fattore di crescita e maturazione.

"Il sistema agroalimentare dei prodotti biologici ha una sua vocazione specifica, netta e chiara – nota **Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere** – e nel corso di questi anni s'è sviluppato molto velocemente, sino ad avere oggi le caratteristiche di un vero e proprio sistema di food business, in cui operano realtà produttive e distributive votate all'eccellenza e all'innovazione. Come organizzatori del Sana, in tutti questi anni non siamo solo stati spettatori di questo trend di crescita, ma abbiamo sempre fatto in modo di accompagnarlo e favorirlo operando in stretta collaborazione con Federbio per far sì che Sana riflettesse al meglio nei suoi contenuti le eccellenze del mondo bio italiano e ne diventasse la cassa di risonanza anche a livello internazionale promuovendone i valori e le qualità.



La crescita costante della rassegna è la testimonianza migliore di quanto Sana sia stato capace di rispondere al meglio a questo ruolo di promotore del bio sia in Italia che all'estero, e mette in luce anche il ruolo cruciale che l'Emilia Romagna riveste per questo settore nel

nostro Paese". I numeri di scenario lo confermano. In Europa, dopo la Spagna, il Paese con la maggior estensione di aree agricole bio è l'Italia: 1,49 milioni di ettari secondo l'ultimo censimento del 2015, con un aumento complessivo sull'anno precedente del 7,5 per cento.



IL SANA IN PILLOLE

Dove	Quartiere Fieristico di Bologna Ingressi: Ovest Costituzione Ingresso Nord
Quando	Venerdì 8 - Sabato 9 - Domenica 10 Settembre 2017 9.30-18.30 Lunedì 11 Settembre 2017 9.30-17.00
Cosa	Padiglioni 25-26 Alimentari e bevande Padiglioni 21-22 Cosmetici naturali e biologici, prodotti cura del corpo e integratori Padiglione 16 Green Lifestyle: Home&Office, Pet&Garden, Clothing&Textiles, Mom&Kids, Mobility, Hobby&Sport, Travel&Wellness

1,2 mln

le nuove famiglie acquirenti di prodotti biologici nel 2016

Nel 2014, in tutta la penisola sono stati convertiti al metodo biologico oltre 104.000 ettari. Ma non solo. In **Europa**, dove il mercato dell'organico è aumentato complessivamente del 13%, raggiungendo quasi i **30 miliardi di euro**, la crescita maggiore s'è registrata in Spagna (+25%) e Irlanda (+23%), ma anche in Italia e Francia il trend è a due cifre (+15%), seguite da vicino dalla Germania (+11%).

La crescita del bio italiano non deriva solo dall'aumento dei consumi interni, ma anche da una forte accelerazione delle esportazioni, che pone **l'Italia al primo posto al mondo per valore delle merci** perciò BolognaFiere ha rafforzato le proprie attività di promozione all'estero, per attirare nuovi espositori e aumentare la presenza dei buyer da tutto il mondo. "Puntiamo sempre di più sullo sviluppo internazionale – conferma Bruzzone – e stiamo potenziando i rapporti con l'estero attraverso le nostre delegazioni. L'obiettivo è fare del Sana sempre di più un punto di riferimento europeo e mondiale del bio e richiamare qui a Bologna un numero crescente di buyer, visitatori qualificati ed espositori. Stiamo lavorando anche per promuovere un roadshow in tutto il mondo, e soprattutto in Europa: un mercato che resta sempre al centro del nostro interesse".

Un layout tutto nuovo per una rassegna in crescita

Tra le novità della 29esima edizione del Sana, spicca il redesign complessivo del layout della rassegna, con la riorganizzazione e l'ampliamento del settore Green Lifestyle, che si presenta in una formula arricchita di sette categorie espositive. Nei padiglioni 25 e 26, destinati all'**Alimentazione biologica**, troveranno posto le aziende produttrici tutti i più importanti distributori specializzati e numerose insegne della Gdo, enti di certificazione, istituzioni, produttori di attrezzature e prodotti per l'agricoltura bio e l'apicoltura

OSSERVATORIO SANA NOMISMA: SOTTO LALENTE I VEGGIES



Il settore biologico italiano si conferma in controtendenza rispetto a tutto il resto del comparto agroalimentare nazionale. Se nel 2016 le vendite food & beverage hanno registrato una sostanziale stagnazione rispetto al 2015 (+0,4% per le vendite nella Gdo, a fronte di un -0,5% nei negozi a piccola superficie), il biologico ha invece messo a segno un **+20%** delle vendite **nella Gdo** e un **+15%** di acquisti **nei negozi specializzati**. E anche nei primi mesi del 2017, la crescita in Gdo rimane a doppia cifra. La progressiva affermazione del bio emerge con chiarezza anche dalla **quota di famiglie acquirenti**: si passa dal 55% del 2013 al **74% del 2016**, con un incremento pari a **1,2 milioni di famiglie user bio** solo nell'**ultimo anno**. E ad aumentare è anche l'intensità d'acquisto: il fatturato di prodotti bio in Gdo rappresenta oggi oltre il 3% del totale delle vendite alimentari, cinque volte di più rispetto a quanto accadeva nel 2000. Sono questi i numeri del bio mappati dall'Osservatorio Sana 2017, curato – com'è tradizione – da **Nomisma**.

"A generare quest'effetto domino verso un nuovo modello di crescita sono stati

i consumatori stessi – dichiara **Silvia Zucconi, responsabile Market Intelligence di Nomisma** – Oggi c'è un'attenzione sempre più diffusa e precisa da parte loro nei confronti di sostenibilità, ambiente, animal welfare: questi cambiamenti sui driver di consumo hanno un ruolo diretto sulla filiera agroalimentare".

Il biologico intercetta e soddisfa questi nuovi bisogni dei consumatori (benessere, salubrità, attenzione per l'ambiente ecc.). Tanto che anche gli assortimenti della Gdo sono profondamente cambiati in pochi anni: **oltre 2.800 le referenze di private label** proposte oggi, ossia il **+115%** nel solo ultimo anno. E l'opzione bio è forte anche in nuove categorie, quale quella dei prodotti 100% vegetali. Proprio sugli spazi di mercato aperti con il progressivo arretramento dei consumi di carne o di altri prodotti di origine animale, si vuole focalizzare l'Osservatorio Sana-Nomisma – dedicato come ogni anno anche ai nuovi trend del biologico –, concentrandosi in particolare questa volta sui prodotti pensati per i **consumi di vegetariani e vegani**. Per comprendere le motivazioni d'acquisto per questa categoria di prodotti bio e il profilo del consumatore-tipo, l'**8 settembre** – durante l'Osservatorio Sana-Nomisma – saranno presentati in anteprima i risultati dell'indagine sui consumatori italiani, con l'intento di valutare l'importanza dell'attributo 'biologico' per i prodotti della categoria veggies.

e di packaging. Due padiglioni – il 21 e il 22 – ospitano gli espositori del settore **Cura del corpo naturale e bio**, in netta crescita, mentre tutto dedicato al **Green lifestyle** è il padiglione 16, suddiviso in sette sottocategorie: Home&Office con soluzioni green per la casa e il lavoro; Mom&Kids con prodotti ecologici e naturali per neonati, bambini e mamme; Mobility con veicoli

ibridi, elettrici e novità sulla mobilità sostenibile; Clothing&Textiles con abiti, calzature e accessori eco-friendly; Pet&Garden per la cura di animali domestici, giardini, terrazzi, piante e piscine private; Hobby&Sport per il tempo libero e lo sport in chiave green; Travel&Wellness con offerte di viaggio, soggiorno e trattamenti della naturalità e dell'attenzione all'ambiente.