

Arriva SANA 2023, per una 35^a edizione sempre più internazionale e B2B

Dal biologico all'healthy food, dalla cosmesi green alla moda sostenibile, dalla blockchain alle soluzioni contro gli sprechi: numerosi i temi che il Salone internazionale del biologico e del naturale approfondirà.

BolognaFiere ospiterà da giovedì 7 a sabato 9 settembre aziende e professionisti del comparto Organic & Natural Food, mentre le aree Care & Beauty e Green Lifestyle resteranno aperte anche domenica 10 settembre.

Tornano a SANA: Rivoluzione Bio, Sanatech, La Via delle Erbe e le iniziative legate ai momenti di consumo della colazione e dell'aperitivo bio. New entry 2023: la Veg Area e lo spazio dedicato al mondo Free From.

Milano, 22 giugno 2023 – Sana alimentazione e salvaguardia dell'ambiente, ricerca della qualità e rispetto delle materie prime, filiera corta e andamento dei prezzi: le preferenze dei consumatori sono guidate da motivazioni e necessità che cambiano nel tempo, ma che sembrano sempre più influenzate dai principi della sostenibilità e dello stare bene.

Si inserisce in questo contesto la **35^a edizione di SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale**, da quest'anno **interamente B2B**: produttori, distributori, buyer, istituzioni e organismi di controllo si danno appuntamento a BolognaFiere per restare aggiornati sulle ultime tendenze e novità.

L'area **Organic & Natural Food**, aperta dal 7 al 9 settembre, presenterà all'interno dei padiglioni 29 e 30 i migliori prodotti per un'alimentazione biologica, salutare e sostenibile, a filiera controllata, DOP, DOC e IGP. L'area **Care & Beauty**, la vetrina di prodotti e cosmetici naturali e bio per la cura del corpo, compresi integratori ed erbe officinali, e la sezione **Green Lifestyle**, con soluzioni e servizi per vivere tempi e spazi della quotidianità in modo sostenibile, amplieranno e completeranno la proposta espositiva della manifestazione. Visitabili anche domenica 10 settembre, le aree Care & Beauty e Green Lifestyle, saranno allestite nei padiglioni 21 e 22.

Organizzata da BolognaFiere in collaborazione con FederBio, AssoBio e Cosmetica Italia, SANA 2023 è la **storica e unica vetrina di riferimento per il mercato italiano del bio e del naturale**, realizzata con il patrocinio del Ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, del Ministero dell'Ambiente e della sicurezza energetica, della Regione Emilia-Romagna e del Comune di Bologna.

Secondo il Presidente di BolognaFiere, **Gianpiero Calzolari**, «trentacinque anni fa, quando abbiamo avuto la felice intuizione di promuovere una fiera internazionale del biologico e del naturale, abbiamo fatto la scelta giusta. Il tema della sostenibilità ambientale, così come quello di una sana alimentazione, oggi è cruciale per il benessere delle persone e il futuro del pianeta. SANA, con Rivoluzione Bio e gli Stati Generali del biologico, insieme ai dati dell'Osservatorio Sana che presentiamo ogni anno, è il luogo in cui l'intero settore fa il punto della situazione e discute, anticipando i trend di mercato. La svolta B2B dell'evento è una scelta coraggiosa e importante per sostenere il business e l'export delle imprese espositrici. Anche per questo, in questa edizione abbiamo voluto dare un supporto alle aziende agricole della Romagna colpite dall'alluvione, offrendo loro gratuitamente lo spazio espositivo, per aiutarle a ripartire».

BolognaFiere S.p.A.

Viale della Fiera, 20 | 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 | Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@bolognafiere.it
PEC bolognafiere@pec.bolognafiere.it
www.bolognafiere.it
Capitale Sociale € 157.200.000,00 i.v.
C.F./P.I. e Reg. Imp. BO 00312600372 | REA BO367296



SPINTA ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Nel 2023 SANA punta a potenziare il proprio ruolo sui **mercati internazionali**. Con il sostegno e l'attiva collaborazione di **ICE - Agenzia** per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane si sta, infatti, promuovendo la presenza in fiera di sempre più numerosi e qualificati buyer esteri, favorita anche dall'azione del network di agenti di BolognaFiere al lavoro in questi mesi. L'obiettivo è quello di incrementare la partecipazione di grandi importatori di prodotti biologici, rappresentanti della GDO e operatori attivi nell'ambito della cosmesi naturale e del food service, e provenienti dai principali mercati europei ed extra europei (ad esempio, Canada, USA, Giappone, Corea, Indonesia, Israele, Singapore, UAE, Cina, Marocco, Tunisia e America Latina).

Sul fronte degli espositori, è già confermata la presenza di importanti aziende e collettive in arrivo da Austria, Germania, Giappone e Sudafrica.

FORMAZIONE E CULTURA DI PRODOTTO, TRA FREE FROM, PLANT BASED E "LOTTA ALLO SPRECO"

Si terranno da giovedì 7 a sabato 9 settembre le numerose iniziative pensate per il comparto alimentare. Focus-novità di SANA 2023, realizzato in collaborazione con **V Label Italia**, la **Veg Area** dedicherà uno spazio espositivo a tutto ciò che è veg, dal vegano al vegetariano, dal raw vegan al plant based, valorizzando gli ultimi trend di consumo e le innovazioni di prodotto.

Il secondo focus-novità di questa edizione sarà incentrato su intolleranze e sana alimentazione. Organizzato in collaborazione con la **World Gluten Free Chef Academy** del gluten free specialist **Francesco Favorito**, il focus darà visibilità ai prodotti rivolti alle persone allergiche, intolleranti o sensibili alla salubrità dei consumi alimentari, attraverso presentazioni e approfondimenti dedicati ai prodotti free from e rich in. Tra gli appuntamenti già confermati, il **Campionato mondiale della pasta e della pizza gluten free**.

Dopo l'esordio positivo dello scorso anno, sono, inoltre, confermate le **Aree Breakfast e Aperitivo** (in partnership con **Slow Wine**), che riproporranno, naturalmente in versione bio, prodotti di alta qualità destinati a questi specifici momenti di consumo.

Per il secondo anno consecutivo, **Carrefour** rinnova la propria partecipazione a SANA non solo nell'area espositiva, ma anche nelle aree eventi legate al consumo (Aree Breakfast e Aperitivo) e al Free From.

In coordinamento con le iniziative di SANA legate al breakfast e al free from, **Fondazione Sant'Orsola** coordinerà un convegno sulle innovazioni nella 'sana' ristorazione collettiva in ospedale, coinvolgendo altre, importanti strutture ospedaliere italiane. Inoltre, presso il Centro Servizi di SANA la Fondazione realizzerà un Charity Desk teso a raccogliere fondi per finanziare i propri progetti per il benessere dei pazienti e il cibo che cura.

SANA 2023 darà spazio anche al tema della **riduzione degli sprechi**, trasversale, in realtà, a tutta la manifestazione e di sempre maggiore attualità. Saranno oggetto di approfondimento le diverse modalità di recupero e riuso degli scarti di lavorazione, con l'obiettivo di favorire il contrasto allo spreco alimentare e non solo.

INIZIATIVE E PROGETTI SPECIALI

SANA prenderà il via sotto i riflettori di **Rivoluzione Bio**, gli **Stati generali del biologico**, organizzati in collaborazione con FederBio e AssoBio, e realizzati con Nomisma, nel quadro del progetto BEING ORGANIC IN EU gestito da FederBio in partenariato con Naturland DE e cofinanziato dall'Ue nell'ambito del Reg. EU n.1144/2014. Rivoluzione Bio ospiterà la presentazione dei dati dell'**Osservatorio SANA**, promosso con il sostegno di ICE.

BolognaFiere S.p.A.

Viale della Fiera, 20 | 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 | Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@bolognafiere.it
PEC bolognafiere@pec.bolognafiere.it
www.bolognafiere.it
Capitale Sociale € 157.200.000,00 i.v.
C.F./P.I. e Reg. Imp. BO 00312600372 | REA BO367296



Quinto anno per **La Via delle Erbe**, l'iniziativa di SANA organizzata in collaborazione con "l'Erborista" (rivista specializzata del Gruppo Tecniche Nuove), che proporrà un palinsesto di **sette lezioni magistrali** tenute da esperti di fitoterapia ed erboristeria, accademici e opinion leader del settore, rivolte a erboristi e operatori che si occupano di salute e benessere. Protagoniste della Via delle Erbe – anche con uno spazio mostra – saranno le **"erbe bianche"**, con un'attenzione specifica a quelle che apportano benefici all'apparato digerente. Inaugura, poi, l'**Osservatorio Erboristico** realizzato in collaborazione con Nomisma, per un approfondimento, dati alla mano, sul mercato erboristico italiano.

Si rinnova l'appuntamento con **Sanatech**, il Salone professionale dedicato alla filiera agroalimentare, zootecnica e del benessere biologico ed ecosostenibile, con molteplici categorie merceologiche e momenti di formazione. Promosso da BolognaFiere con il supporto di FederBio Servizi e in collaborazione con Avenue Media, Sanatech si occuperà di agricoltura biologica e di precisione, di tracciabilità, economia circolare e di tecnologie per la cosmesi naturale, aprendosi ai temi emergenti come il mondo del bio-controllo e il settore del bio-packaging. È previsto, inoltre, un approfondimento sulla blockchain, in particolare sul progetto **TrackIT Blockchain** a cura di ICE.

L'intera sezione scientifica di SANA valorizzerà le competenze e le esperienze femminili, con la partecipazione di innumerevoli esperte, che interverranno in qualità di relatrici ai convegni e ai workshop in programma.

NEW ON SANA E SANA NOVITÀ

SANA darà risalto alle novità di prodotto proposte dagli espositori attraverso l'area **SANA Novità** e, nella valorizzazione dell'intera filiera, si rivolgerà non solo ai visitatori italiani, ma anche a quelli internazionali grazie alla piattaforma di networking **B2Match**, per tradurre in opportunità di business il loro interesse verso i prodotti esposti in fiera.

Inedito pure **New on SANA**, lo spazio per le start-up e le giovani imprese che puntano sull'innovazione e lo sviluppo sostenibile. L'iniziativa intende coinvolgere tali realtà, supportando i processi e i progetti a forte valenza innovativa nei segmenti agroalimentare, cosmetico, del confezionamento e di tutto ciò che è green.

LA PAROLA AI PARTNER

«In questo momento è cruciale dare piena attuazione alla legge sul biologico e andare avanti nella positiva interlocuzione con il Sottosegretario D'Eramo per l'approvazione del Piano d'azione nazionale per il biologico – è intervenuta **Maria Grazia Mammuccini**, Presidente di FederBio –. Oltre a fornire un concreto sostegno agli agricoltori per raggiungere il 25% di superficie coltivata a biologico, il Piano d'azione è infatti fondamentale per far crescere la domanda interna di prodotti bio, che ha subito un rallentamento negli ultimi mesi, e per sostenere l'incremento dell'export di prodotti biologici Made in Italy, che hanno già dimostrato grandi potenzialità sui mercati internazionali. Su queste tematiche FederBio è impegnata da tempo e tale impegno è notevolmente aumentato con il progetto di promozione Being Organic in EU cofinanziato dall'Ue e che ha in Rivoluzione Bio e SANA uno dei pilastri grazie alla collaborazione di BolognaFiere. Sul versante export stiamo operando insieme a ITA.Bio, la piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy curata da Nomisma che promuoviamo insieme a ICE Agenzia. Per quanto riguarda i consumi interni da far ripartire, crediamo sia fondamentale continuare ad attivare campagne di comunicazione verso i cittadini per fare cultura sui benefici di una scelta alimentare fondata sul bio, oltre che spingere per un'ulteriore crescita degli investimenti riservati alla diffusione delle mense biologiche. Appuntamenti come SANA e Rivoluzione Bio sono essenziali per fare far convergere l'attenzione di operatori e cittadini su temi così rilevanti per il futuro del nostro Pianeta».

BolognaFiere S.p.A.

Viale della Fiera, 20 | 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 | Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@bolognafiere.it
PEC bolognafiere@pec.bolognafiere.it
www.bolognafiere.it
Capitale Sociale € 157.200.000,00 i.v.
C.F./P.I. e Reg. Imp. BO 00312600372 | REA BO367296



Roberto Zanoni, Presidente di AssoBio, ha dichiarato: «SANA rappresenta da sempre la sede più autorevole per parlare concretamente di Biologico e un'occasione preziosa per imprese e operatori per confrontarsi sulle sfide che ci attendono nel futuro, sia in termini economici che ambientali. Per queste ragioni non poteva mancare la presenza di AssoBio e la partecipazione alla realizzazione del programma di Rivoluzione Bio, in cui l'Associazione interverrà su alcune tematiche chiave: Horeca, Greenwashing e Green Claims. Inoltre, AssoBio sarà presente con le sue aziende socie in un'area collettiva nel padiglione 29. Oggi registriamo una buona ripresa della distribuzione biologica e ci ha incoraggiati molto il risultato dei consumi nel canale Horeca. Dall'indagine condotta da FIPE e Ismea su proposta di AssoBio, che per la prima volta in Italia ha analizzato questo settore, è infatti emerso che oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti hanno proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche. Il mondo Horeca ha, quindi, compreso quanto l'utilizzo di ingredienti biologici possa portare risultati e risposte positive al pubblico di riferimento, offrendo così una scelta più ampia e più salutare. Ma mentre è stata significativa la crescita del comparto 'fuori casa', dobbiamo ancora lavorare molto per far crescere i consumi domestici, la consapevolezza e la trasparenza della filiera. Ci auguriamo che questa edizione di SANA possa inaugurare una nuova fase per il settore, in un contesto istituzionale che dia finalmente forza (e gambe) alla Legge sul Biologico approvata l'anno scorso».

«Anche il mondo della cosmesi ha visto una progressiva crescita dell'attenzione del consumatore verso i temi della naturalità e della sostenibilità. Oggi i prodotti caratterizzati da questo orientamento sono una componente fondamentale dell'offerta dell'industria cosmetica e rappresentano il 25% dei consumi cosmetici nel nostro Paese con un valore di circa 2,9 miliardi di euro» – ha commentato **Laura Pedrini**, Presidente del Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia - Associazione nazionale imprese cosmetiche. «SANA si conferma un appuntamento cardine per tutti i professionisti che operano in questo campo: un'occasione di confronto e riflessione per guardare a future evoluzioni del mercato in un'ottica sempre più attenta e sensibile a questi temi».

www.sana.it

Press Office SANA

Absolut eventi & comunicazione
Sara Telaro, Sveva Scazzina
SANApres@absolutgroup.it
Tel. 051 272523 / 340 9214636

Web

www.sana.it

Social media

Linkedin.com/SANA – Twitter.com/sanafiera
Facebook.com/sanabologna – Instagram.com/sanafiera – Youtube.com/BolognaFiere

BolognaFiere

Daniela Modonesi
daniela.modonesi@bolognafiere.it
Tel. 051 282233

BolognaFiere S.p.A.

Viale della Fiera, 20 | 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 | Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@bolognafiere.it
[PEC bolognafiere@pec.bolognafiere.it](mailto:PEC.bolognafiere@pec.bolognafiere.it)
www.bolognafiere.it
Capitale Sociale € 157.200.000,00 i.v.
C.F./P.I. e Reg. Imp. BO 00312600372 | REA BO367296



Ultime tendenze protagoniste a SANA 2023: Veg Area e mondo Free From, colazione e aperitivo bio

Milano, 22 giugno 2023 – Durante la **35ª edizione di SANA** saranno quattro i focus di approfondimento concepiti e organizzati attorno ai topic più attuali per il settore: in programma, due importanti novità legate alle intolleranze e al mondo veg, e due conferme collegate ai momenti di consumo della colazione e dell'aperitivo.

FREE FROM E VEG AREA: I NUOVI TREND DEL COMPARTO FOOD A SANA 2023

Aumenta, in Italia, la domanda di prodotti a base vegetale, già da tempo protagonisti delle tavole di vegani, vegetariani e flexitari, ma sempre più richiesti anche da chi opta per scelte alimentari rispettose dell'ambiente e attente alla salute. È con l'obiettivo di intercettare e rispondere alle esigenze di questo comparto in crescita che SANA presenta la **Veg Area**, realizzata in collaborazione con **V Label Italia**: questo focus-novità dedicherà uno spazio espositivo a tutto ciò che è veg, dal vegano al vegetariano, dal raw vegan al plant based, valorizzando gli ultimi trend di consumo, le innovazioni di prodotto e proponendo da giovedì 7 a sabato 9 settembre numerose iniziative pensate per il segmento.

Allergie e intolleranze alimentari sono, a loro volta, fenomeni in crescita e che impattano notevolmente su preferenze e bisogni della popolazione. Basti pensare a quanto sono cambiate le abitudini di consumo, a come chef e menù abbiano adattato creatività e proposte culinarie a questo specifico trend. Nasce da qui la **Free From Area**, il secondo focus-novità di SANA 2023: realizzata in collaborazione con la **World Gluten Free Chef Academy** del gluten free specialist **Francesco Favorito**, darà visibilità a prodotti rivolti alle persone allergiche, intolleranti o sensibili alla salubrità dei consumi alimentari, attraverso presentazioni e approfondimenti dedicati ai prodotti free from e rich in.

All'interno dell'area si alterneranno sessioni di formazione per il mondo horeca e cooking demo in cui acquisire maggiore consapevolezza sulla celiachia e il suo trattamento, come pure competenze in merito al prodotto fresco. Tra gli appuntamenti già confermati, il **Campionato mondiale di pasticceria, pizzeria e pasta fresca gluten free**, che si svolgerà l'8 e il 9 settembre. La tematica è di estremo interesse anche per il Ministero della Salute, specie in riferimento a temi caldi quali l'etichettatura degli alimenti.

BREAKFAST E APERITIVO: TRA TENDENZE E FORMAZIONE DI QUALITÀ

Dopo l'esordio positivo dello scorso anno, sono confermate le **Aree Breakfast e Aperitivo**, che presenteranno e proporranno la versione bio e naturale di prodotti specificatamente declinati per questi momenti di consumo.

La colazione riveste un ruolo fondamentale in materia di benessere: è l'occasione durante la quale i prodotti sani e biologici vengono maggiormente impiegati. Sulla tavola degli italiani non mancano cereali, proteine animali e vegetali, frutta fresca e secca, e prodotti da forno, il tutto accompagnato da bevande come tè, caffè e tisane, ma anche latte tradizionale o di origine vegetale. Tali prodotti saranno al centro dell'Area Breakfast: a incontri formativi e sessioni scientifiche si affiancheranno cooking show di chef esperti, che spiegheranno come realizzare colazioni sane, gustose e bilanciate, con un'attenzione speciale al mondo dell'horeca e dell'hotellerie.

BolognaFiere S.p.A.

Viale della Fiera, 20 | 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 | Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@bolognafiere.it
PEC bolognafiere@pec.bolognafiere.it
www.bolognafiere.it
Capitale Sociale € 157.200.000,00 i.v.
C.F./P.I. e Reg. Imp. BO 00312600372 | REA BO367296





Anche l'aperitivo è diventato un appuntamento irrinunciabile per moltissime persone, che dalle 18.00 alle 21.00 si concedono una pausa di relax con amici o colleghi. Dopo il forte interesse sull'argomento dello scorso anno e in partnership con **Slow Wine**, SANA ripropone una versione aggiornata dell'evento **Mixology organic aperitivo**: degustazioni e iniziative specifiche per operatori nazionali e internazionali saranno al centro di quest'area. Tra gli approfondimenti proposti, le bevande low alcol e alcol free (come il vino dealcolato), ma anche gli aperitivi a base di infusi, tè o cioccolata.

Che si tratti di cibo vegano, di cocktail senza alcol, di prodotti per intolleranti al lattosio, tutto rientra nell'impegno di SANA a costruire e diffondere una cultura dell'alimentazione sana, da condividere in ogni occasione di consumo, dentro e fuori casa, puntando su prodotti biologici, di alta qualità e, se apprezzato, made in Italy.

Da segnalare che, per il secondo anno consecutivo, **Carrefour** rinnova la propria partecipazione a SANA non solo nell'area espositiva, ma anche nelle aree eventi legate al consumo (Aree Breakfast e Aperitivo) e al Free From.

www.sana.it

Press Office SANA

Absolut eventi & comunicazione
Sara Telaro, Sveva Scazzina
SANApres@absolutgroup.it
Tel. 051 272523 / 340 9214636

BolognaFiere
Daniela Modonesi
daniela.modonesi@bolognafiere.it
Tel. 051 282233

Web

www.sana.it

Social media

[Linkedin.com/SANA](https://www.linkedin.com/company/SANA) – [Twitter.com/sanafiera](https://twitter.com/sanafiera)
[Facebook.com/sanabologna](https://www.facebook.com/sanabologna) – [Instagram.com/sanafiera](https://www.instagram.com/sanafiera) – [Youtube.com/BolognaFiere](https://www.youtube.com/BolognaFiere)

BolognaFiere S.p.A.

Viale della Fiera, 20 | 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 | Fax +39 051 6374004
segreteria.generale@bolognafiere.it
[PEC bolognafiere@pec.bolognafiere.it](mailto:PEC.bolognafiere@pec.bolognafiere.it)
www.bolognafiere.it
Capitale Sociale € 157.200.000,00 i.v.
C.F./P.I. e Reg. Imp. BO 00312600372 | REA BO367296



MADE IN ITALY TOP DELLA QUALITÀ PER 1 CONSUMATORE STRANIERO SU 3

IL 68% ACQUISTEREBBE BIO MADE IN ITALY PRESSO I PUNTI VENDITA ABITUALI

I dati dell'Osservatorio SANA saranno illustrati durante Rivoluzione Bio 2023

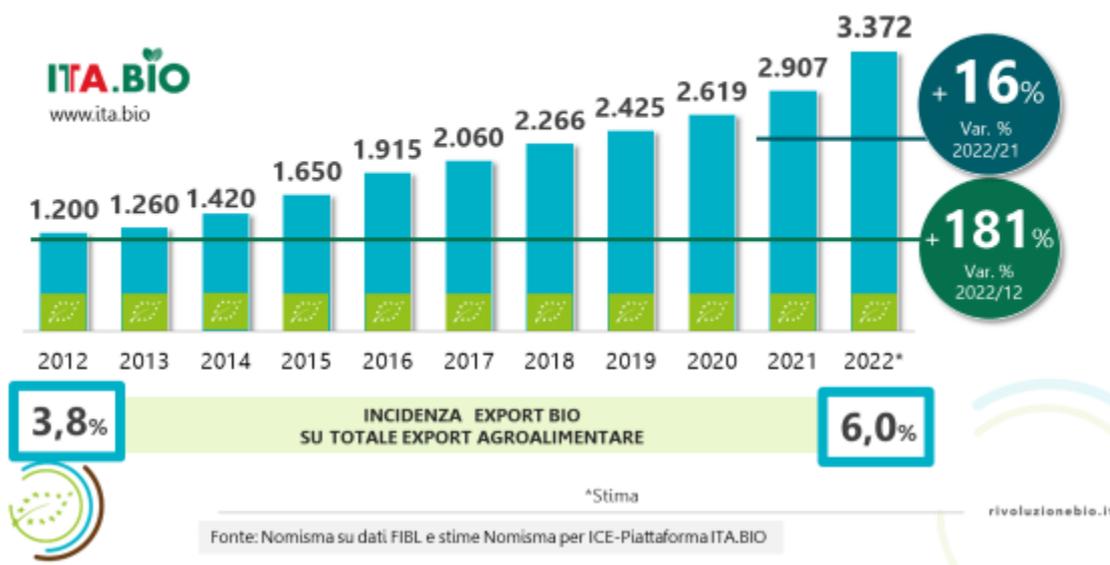
Milano, 22 giugno 2023 – Presentata a Milano la nuova edizione di **Sana 2023, il 35° Salone internazionale del biologico e del naturale**. Per l'occasione Nomisma ha sintetizzato le ultime analisi dell'**Osservatorio SANA** che, grazie alla partnership con ICE Agenzia, ha proposto i risultati del monitoraggio del biologico sui mercati internazionali realizzato da ITA.BIO (www.ita.bio), la piattaforma per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy promossa da ICE Agenzia e FederBio.

I dati dell'**Osservatorio SANA 2023** saranno presentati a settembre in fiera nell'ambito della quinta edizione di **Rivoluzione Bio, gli Stati generali del biologico**, organizzati in collaborazione con FederBio e AssoBio, e realizzati con Nomisma, nel quadro del progetto BEING ORGANIC IN EU gestito da FederBio in partenariato con Naturland DE e cofinanziato dall'Ue nell'ambito del Reg. EU n.1144/2014.

I dati vedono una performance positiva del nostro export bio: nel 2022 le vendite di prodotti agroalimentari italiani bio sui mercati internazionali hanno raggiunto i 3,4 miliardi di euro, mettendo a segno una crescita del +16% (anno terminante giugno) rispetto all'anno precedente. Il riconoscimento del bio Made in Italy sui mercati internazionali è testimoniato anche della crescita di lungo periodo (+181% rispetto al 2012, un valore quasi triplicato).

EXPORT BIO MADE IN ITALY

(2021-2022, milioni € - AT giugno)



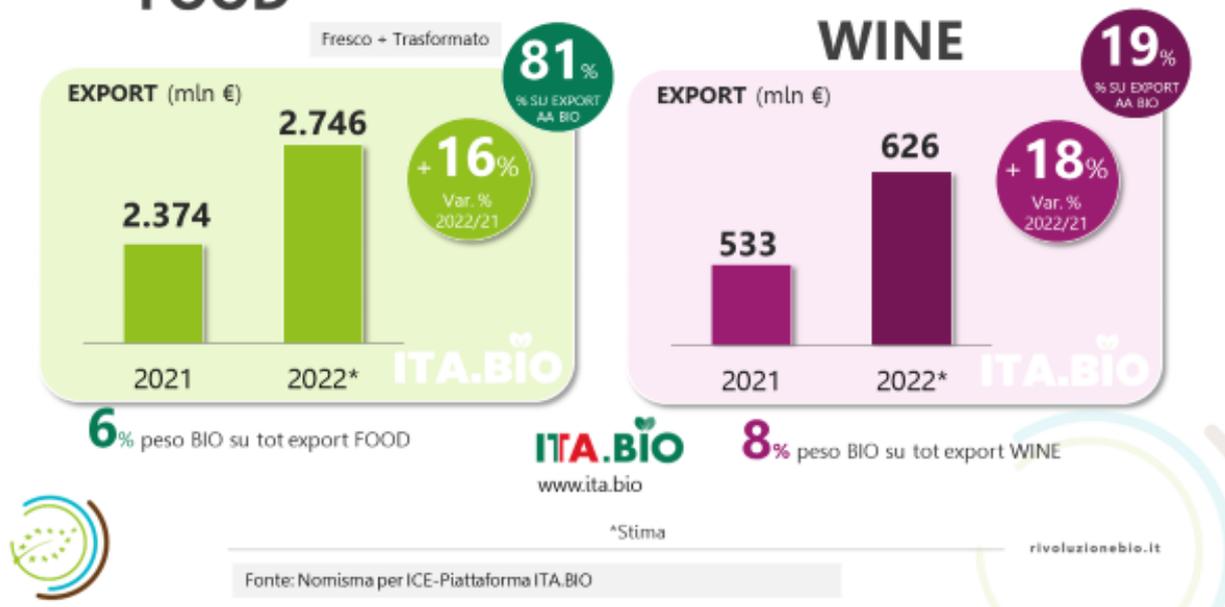
Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



La gran parte delle esportazioni (81% del totale) riguarda il food per un valore di 2,7 miliardi di euro nel 2022 (anno terminante giugno), +16% rispetto al 2021. Rilevante anche il ruolo del vino che pesa per il restante 19% dell'export bio, ossia una quota ben maggiore di quanto avviene con l'export agroalimentare in generale (in questo caso l'incidenza del wine è del 13%). In termini assoluti parliamo di 626 milioni di euro di vino bio Made in Italy venduto sui mercati internazionali, +18% rispetto al 2021 ed una quota sul totale dell'export vitivinicolo italiano dell'8% (il food "si ferma" al 6%).

EXPORT BIO: IL RUOLO DEI PRODOTTI FOOD



Fonte: Nomisma per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

MERCATI DI DESTINAZIONE DEL BIO ITALIANO

Per quanto riguarda i mercati presidiati, dall'indagine condotta tra luglio e agosto 2022 da Nomisma per ICE Agenzia e FederBio su un campione di 290 imprese alimentari e vitivinicole italiane, è emerso come le principali destinazioni in Europa per food italiano BIO siano la Germania (indicata nel complesso dal 63% delle aziende) e a seguire Francia (46%) e Benelux (34%). Per il vino a guidare è ancora il mercato tedesco (67%), seguito a brevissima distanza dai Paesi Scandinavi (61%) - dove, da sempre, l'apprezzamento del vino bio è molto alto - e dal Benelux (59%). Al di fuori dei confini comunitari la fanno da padrone Svizzera, Stati Uniti e Regno Unito sia per il food che per il wine (in quest'ultimo caso risultano strategici anche Canada e Giappone).

E in futuro? Secondo le imprese, i Paesi più promettenti per le esportazioni di prodotti bio nel prossimo triennio saranno Germania (56%), Nordics (32%) e Stati Uniti (25%) per il food, e Nordics (58%), Stati Uniti e Canada (entrambi segnalati da un terzo delle aziende) nel caso del vino.

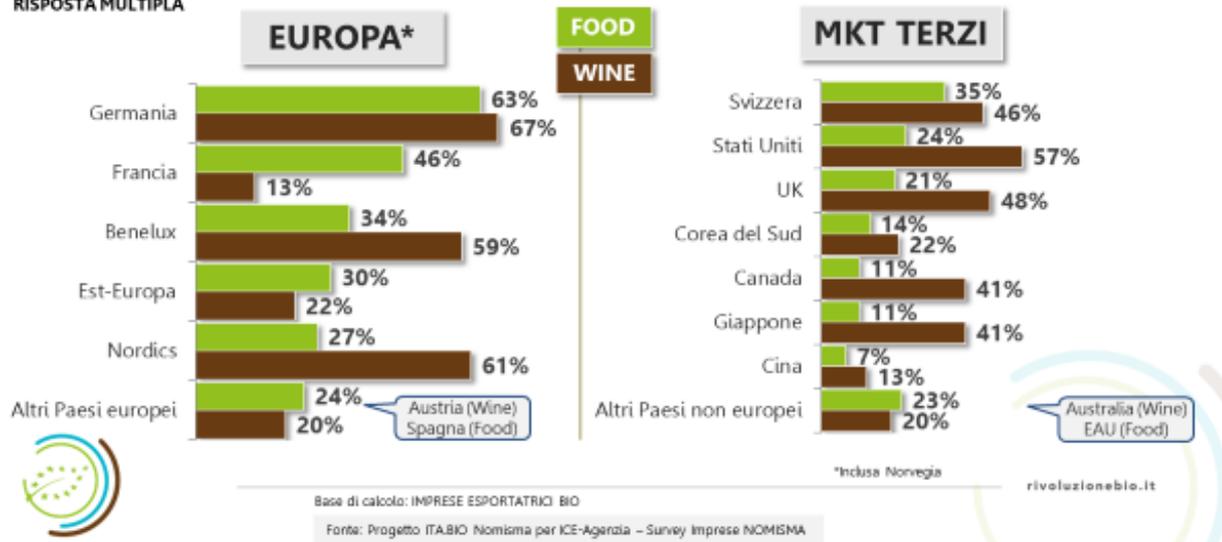
RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



MKT DI DESTINAZIONE DEL MADE IN ITALY BIO

QUALI SONO STATI NEL 2021 I PRINCIPALI MKT ESTERI DI DESTINAZIONE DEI PRODOTTI A MARCHIO BIO DELL'AZIENDA?

RISPOSTA MULTIPLA



Nomisma per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

PUNTI DI FORZA E OSTACOLI DEL BIO ITALIANO SUI MERCATI ESTERI

Quali sono le caratteristiche che decretano il successo del bio italiano sul mercato estero? La qualità dei prodotti e il generale interesse del consumatore straniero per il Made in Italy (indicati rispettivamente dal 66% e dal 60% delle imprese) sono il biglietto da visita del nostro bio sui mercati internazionali. Sono considerati elementi di successo anche l'equivalenza del marchio bio europeo (34%), l'elevata spesa media pro-capite per i prodotti bio (33%) e le garanzie associate ai prodotti agroalimentari bio (24%).

Secondo le aziende italiane, gli aspetti che rappresentano i maggiori ostacoli alla vendita dei propri prodotti bio all'estero sono invece i costi legati alle attività di promozione sui mercati internazionali (percepiti come ostacolo dal 42% delle imprese esportatrici bio), le normative/burocrazie locali e la concorrenza di prezzo da parte delle imprese locali (fattori indicati entrambi dal 37%).

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO

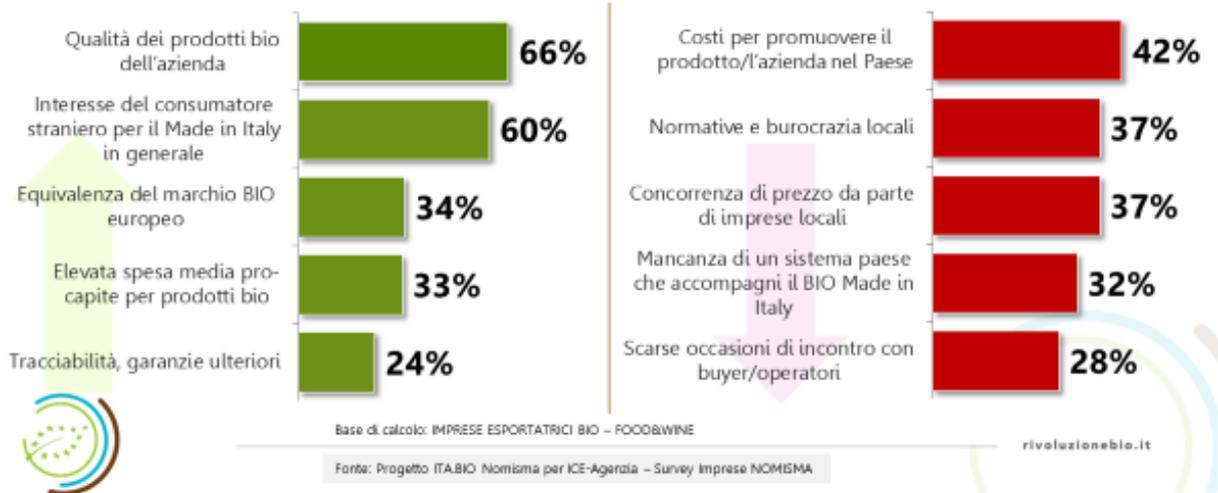


BIO: FATTORI DI SUCCESSO & OSTACOLI ALL'ESTERO

QUALI SONO I FATTORI CHE DECRETANO IL SUCCESSO DEI PRODOTTI BIO DELL'AZIENDA

QUALI SONO I PRINCIPALI OSTACOLI ALLA VENDITA DEI PRODOTTI BIO DELL'AZIENDA SUI TOP3 MKT PRESIDIATI?

RISPOSTA MULTIPLA – TOP 5



Nomisma per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

BIO MADE IN ITALY: L'OPINIONE DEL CONSUMATORE STRANIERO

Grazie alle indagini periodiche Nomisma per la piattaforma ITA.BIO è stato possibile raccogliere le opinioni di oltre 7.000 consumatori dei principali mercati target per il bio (Stati Uniti, Cina, Canada, Emirati Arabi, Scandinavia, Giappone e Messico).

Se è vero che il biologico è ormai diffuso in tutto il mondo – e, in particolare, negli Stati Uniti (l'89% della popolazione ha consumato almeno una volta un prodotto biologico nel corso dell'ultimo anno), in Scandinavia (87%) e Canada (76%) – il Bio Made in Italy rappresenta ancora una nicchia, soprattutto in Messico, Emirati Arabi e Giappone (dove la consumer base non supera l'8% della popolazione).

Ma in tutti i mercati analizzati si evidenziano enormi opportunità di crescita: **l'Italia è top quality nel food & wine nel percepito del consumatore** (in media uno su tre posiziona l'Italia al primo posto nella classifica dei Paesi da cui provengono i prodotti alimentari di maggiore qualità) e c'è **forse interesse nei confronti del binomio bio Made in Italy** (il 68% in media acquisterebbe un nuovo prodotto bio Made in Italy se lo trovasse presso i punti vendita che frequenta abitualmente).

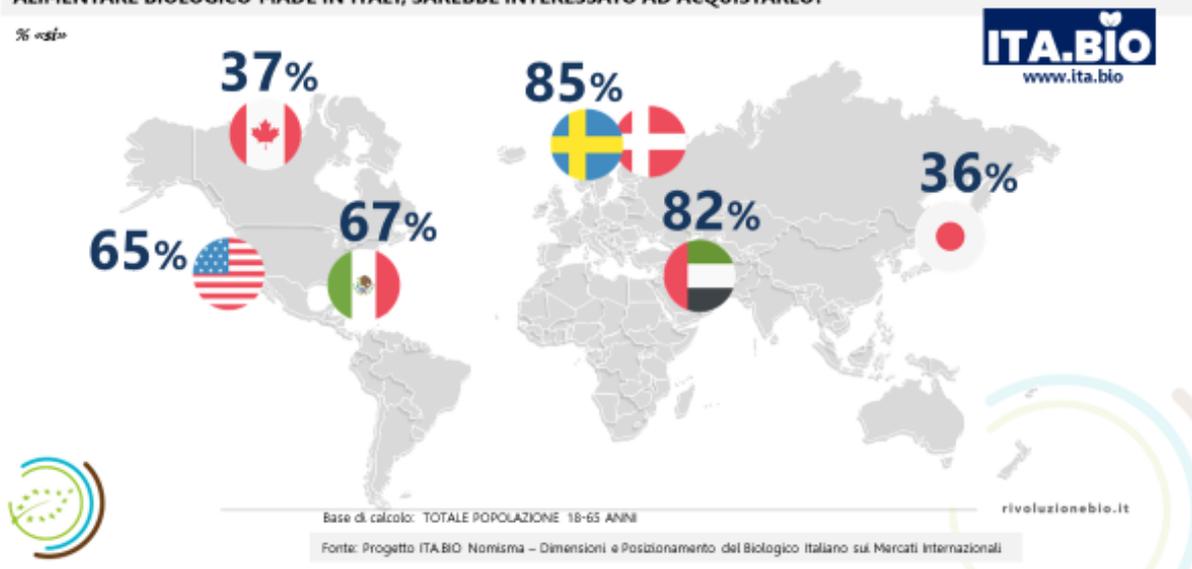
RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



POTENZIALE BIO MADE IN ITALY

SE DALLA PROSSIMA SETTIMANA TROVASSE, PRESSO I NEGOZI CHE FREQUENTA ABITUALMENTE UN NUOVO PRODOTTO ALIMENTARE BIOLOGICO MADE IN ITALY, SAREBBE INTERESSATO AD ACQUISTARLO?

% user



Nomisma per piattaforma ITA.BIO – www.ita.bio – ICE Agenzia e FederBio

Allora quali sono i fattori da attivare per migliorare il posizionamento del nostro bio all'estero? Per accrescere diffusione, consapevolezza e interesse verso il biologico, è indispensabile che il consumatore internazionale venga informato di più e meglio riguardo le caratteristiche e le garanzie che il bio offre: circa 7 user bio su 10 nei mercati analizzati dichiara infatti di non aver informazioni sufficienti e dettagliate sulle caratteristiche e i valori degli alimenti biologici (quota che supera il 80% per i non user di bio). Un'altra leva efficace per avvicinare il bio Made in Italy al consumatore straniero è la possibilità di conoscere i prodotti tramite assaggi o materiali nella grande distribuzione o presso i ristoranti, soprattutto in Messico, Cina e Giappone.

Dal punto di vista delle aziende italiane, invece, le azioni più efficaci a supporto dello sviluppo del Bio nei prossimi anni dovranno mirare a stimolare la domanda e la fiducia dei consumatori (44%), chiarire il contributo dell'agricoltura biologica alla sostenibilità (32%) e sostenere l'offerta e quindi la conversione e la produzione (24%).

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO



RIVOLUZIONE BIO: LE PRIME ANTICIPAZIONI SUL PROGRAMMA DEL 2023

7 settembre, ore 10.30

Saluti istituzionali e apertura lavori

Intervengono:

Presidenti BolognaFiere, AssoBio, FederBio

Luigi D'ERAMO | Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (*in attesa di conferma*)

Sessione 1 | PIANO D'AZIONE NAZIONALE E MERCATO ITALIANO

Interventi a cura di:

SINAB, ISMEA, Nomisma, FederBio, AssoBio

CONCLUSIONI affidate a On. Francesco Lollobrigida | Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (*in attesa di conferma*)

7 settembre, ore 14.30

Sessione 2 | MADE IN ITALY BIO ALL'ESTERO, BLOCKCHAIN E MARCHIO A CONTRASTO DELL'ITALIAN SOUNDING

Interventi a cura di:

Agenzia ICE, Naturland, Nomisma

CONCLUSIONI affidate a: On. Adolfo Urso | Ministro delle Imprese e del Made in Italy (*in attesa di conferma*)

8 settembre, ore 10.30

Sessione 3 | INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ: ESPERIENZE IN CAMPO NEL BIO

Case history di successo di imprenditori che hanno adottato soluzioni tecniche innovative nel biologico

CONCLUSIONI affidate a Prof. Pisante (*in attesa di conferma*)



Press Office SANA

Absolut eventi & comunicazione

Sara Telaro, Sveva Scazzina

SANApres@absolutgroup.it - Tel. 051 272523

BolognaFiere

Daniela Modonesi

daniela.modonesi@bolognafiere.it - Tel. 051 282233

Press office Nomisma

Maurizio Liuti - Head of Communication

maurizio.liuti@nomisma.it

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO





BEING ORGANIC in EU

Choose the European Organic Leaf for a better world.

Il progetto **BEING ORGANIC in EU** è una campagna di promozione proposta da **FederBio** in collaborazione con **Naturland** **cofinanziata dall'Unione Europea** ai sensi del regolamento UE n.1144/2014 e prevede un insieme articolato di azioni con l'obiettivo di migliorare la conoscenza, il prestigio e il consumo dei prodotti ortofrutticoli biologici verso i due paesi target: Italia e Germania. In particolare, il progetto intende:

- **aumentare e rafforzare la considerazione da parte del consumatore verso l'agricoltura biologica europea e la sua qualità;**
- **aumentare la consapevolezza e il riconoscimento del metodo e dello standard dell'agricoltura biologica dell'UE;**
- **far conoscere il logo biologico dell'UE.**

È un programma triennale partito il primo gennaio 2022 e terminerà il 31 marzo 2025 ed è cofinanziato dall'Unione europea (80%) e da FederBio e Naturland, le più importanti organizzazioni di operatori biologici in Italia e in Germania. Partecipano alle attività del progetto anche alcune aziende italiane: Vallefiorita, Solleone, Bio Organica Italia, oltre che Bologna Fiere, socio di FederBio.

“**BEING ORGANIC in EU**” mira a contribuire ad un sistema agroalimentare sostenibile a sostegno del “*Green Deal Europeo*” e delle strategie “*Farm to Fork*” e “*Biodiversità 2030*” per favorire un **sistema alimentare etico, salutare, resiliente dal punto di vista climatico ed ecologico** e a mettere in risalto le caratteristiche virtuose dell'agricoltura biologica europea, sia in termini di qualità del prodotto sia di sostenibilità, dalla produzione primaria fino al consumatore. Per queste ragioni le iniziative messe in campo dal progetto sono del tutto in linea con gli obiettivi dell’“*European Green Deal*” e le sue strategie e funzionali alla realizzazione dal “*Piano d'azione europeo per lo sviluppo dell'agricoltura biologica*”.



Finanziato
dall'Unione europea





Obiettivi principali di BEING ORGANIC IN EU

1. **Aumentare la conoscenza** dell'agricoltura biologica dell'UE e del logo biologico dell'UE verso i consumatori e gli operatori del biologico;
2. **Incrementare il consumo** dei prodotti europei registrati nell'ambito del sistema di qualità biologica dell'EU;
3. **Evidenziare le specificità dei metodi** di produzione biologica in Europa, in termini di sicurezza, tracciabilità, autenticità, etichettatura, rispetto dell'ambiente e sostenibilità.

I contenuti

Le attività del progetto proporranno un messaggio “organico” e unico indirizzato a diversi gruppi target (consumatori, media, operatori di settore e istituzioni) per garantire **informazioni dettagliate e chiare sugli alimenti biologici. In particolare, la comunicazione si concentrerà sugli effetti positivi** dei prodotti biologici, sullo **stile di vita** e sulla **dieta alimentare** così come sugli effetti positivi delle pratiche di agricoltura e allevamento biologiche sull'**ambiente**.

BEING ORGANIC in EU promuoverà diversi tipi di prodotti biologici, abbracciando l'intera gamma degli alimenti di origine vegetale e animale.

Il progetto attraverso lo sviluppo di attività dirette verso i **gruppi target individuati come strategici** vuole far diventare il biologico il nuovo **stile di vita** dei consumatori europei e **aumentare la conoscenza e la riconoscibilità del logo europeo dell'agricoltura biologica**.



COMUNICATO STAMPA

Biologico: Sanatech alla terza edizione a BolognaFiere Innovazione e sostenibilità nel segno del Made in Italy

- *La Rassegna internazionale della filiera del biologico e del naturale si terrà dal 7 al 9 settembre con incontri, seminari e un trade show dedicati agli operatori del settore*
- *Sanatech integra l'offerta di Sana, Salone internazionale del prodotto biologico e naturale, per fornire risposte ai produttori "bio" impegnati nella transizione ecologica del settore*
- *Focus di prodotto sui cereali biologici, innovazione tecnologica e tutela del suolo, tracciabilità, tecniche e gestione delle risorse nell'azienda agricola moderna, novel food*

Bologna, 13 giugno 2023 - Un punto di riferimento per lo sviluppo della filiera agroalimentare, zootecnica e del benessere, biologica ed ecosostenibile, un salone professionale capace di offrire strumenti, pratiche e soluzioni utili alle aziende agricole protagoniste della conversione "bio": **Sanatech** torna dal 7 al 9 settembre tra i padiglioni di BolognaFiere, per presentare gli ultimissimi sviluppi tecnologici, normativi, istituzionali, di mercato e di tecniche colturali, a disposizione della filiera del bio e del sostenibile.

La **Rassegna internazionale della filiera produttiva del biologico e del naturale**, nata nel 2021 in piena pandemia da Covid, giunge al terzo anno con un ricco programma di convegni, workshop e incontri, orientato al sostegno della transizione ecologica e rivolto agli operatori del settore primario già attivi nel settore "bio" o interessati a entrarvi. **Organizzata da BolognaFiere, FederBio e Avenue Media**, Sanatech integrerà come sempre la storica offerta di Sana, salone internazionale dedicato al prodotto biologico e naturale, giunto alla 35esima edizione (7-10 settembre).

Il programma degli eventi e degli spazi espositivi di Sanatech è definito sugli assi della sostenibilità e dell'innovazione a garanzia degli alti standard di qualità che da sempre caratterizzano il **made in Italy** del biologico. L'Italia è infatti prima in Europa per estensione di superfici agricole "bio" e secondo esportatore mondiale di prodotti biologici, solo dopo gli Stati Uniti d'America. Tali primati sono resi possibili anche dallo straordinario **know how** acquisito da produttori, ricercatori e dal mondo dell'industria. Concepita non solo come *trade show* e vetrina internazionale, Sanatech sarà quindi un'opportunità di aggiornamento, confronto e networking per produttori di sementi, semilavorati, materie prime, attrezzature, ingredienti e tecnologie intelligenti, ristoratori, operatori logistici, trasformatori, del packaging e della distribuzione.

Quest'anno il focus tematico di prodotto è dedicato ai **cereali biologici**, di stretta attualità per la crescita delle superfici cerealicole che si sta registrando nel nostro Paese negli ultimi mesi, in un contesto globale caratterizzato da un mercato instabile a causa della crisi climatica, della guerra russo-ucraina e dalle conseguenti speculazioni. Un approfondimento sulla circolarità dei co-prodotti della macinazione del grano duro e sulla filiera biologica della pasta sarà riservato dai seminari.

Gli altri **workshop** saranno dedicati all'incontro tra innovazione tecnologica e benessere del suolo, tutela delle risorse idriche nell'azienda agricola del futuro, miglioramento e selezione delle sementi "bio", strategie di difesa. Si parlerà quindi di blockchain, prodotti innovativi per difendere i terreni da metalli pesanti, presente e futuro delle bio disinfestazioni, trattamenti biologici per la protezione delle piante, mezzi tecnici, fertilizzanti e persino di agopuntura in agricoltura e di novel food.

Accanto alle aree dedicate all'**agricoltura biologica e agricoltura 4.0**, nuovi spazi espositivi saranno dedicati alla tracciabilità, all'economia circolare, alla trasformazione, al bio-packaging, alle tecnologie per la cosmesi nonché al settore della grande distribuzione, tra i protagonisti della svolta 'green' resa necessaria dai cambiamenti climatici e dalle politiche europee di risposta.

In questo senso, Sanatech è un evento unico nel suo genere, per completezza e capacità di risposta alle istanze degli operatori della filiera del biologico italiano ed europeo, un comparto destinato a crescere in fede al percorso delineato dall'Unione Europea con l'adozione del **Green Deal** e della legge europea sul clima, volto a conseguire l'obiettivo della carbon neutrality nel 2050.

Ufficio stampa:

Trefoloni e Associati

Mob. 348-4908595

ufficiostampa@trefoloniassociati.com



Tecniche Nuove SpA

Via Eritrea, 21 • 20157 Milano • Italy
Tel. 0239090.1 • Fax 0233272.220
www.tecnichenuove.com
e-mail: info@tecnichenuove.com

tecniche nuove

LA VIA DELLE ERBE 2023 – conferenza stampa 22.06.23

Promossa da SANA in collaborazione con la rivista *l'Erborista* (Gruppo editoriale Tecniche Nuove), fonte autorevole di informazione tecnico-scientifica per l'intera filiera erboristica, l'edizione 2023 de "La Via delle Erbe" propone, dal 7 al 10 settembre, un viaggio a 360° nel mondo delle erbe officinali e delle loro applicazioni a sostegno della salute e del benessere.

Continuando sul consolidato filone cromatico, protagoniste di questa edizione sono le piante officinali contraddistinte da fiori di colore bianco. Essendo numerose le specie botaniche che presentano questa caratteristica, per direzionare lo sguardo, ci soffermeremo in modo specifico su quelle che, per le proprietà del fitocomplesso o di singoli costituenti, sono in grado di apportare benefici all'apparato digerente e di alleviarne i disturbi, anche attraverso il riequilibrio del sistema nervoso e la gestione dello stress, un fattore molto spesso correlato, se non all'origine, di molti di questi problemi.

Questo trend di approfondimento trova il suo razionale anche nei numeri: infatti, circa il 30-40% degli italiani soffre di disturbi digestivi e questa tipologia di problemi – strettamente correlata alle abitudini di vita e dietetiche prevalenti – è in progressivo aumento da noi come in tutti i Paesi industrializzati.

Al centro dell'evento, piante officinali come l'achillea, la camomilla romana, la menta – che vantano un uso consolidato nel supporto alle varie problematiche dell'asse gastrointestinale –, ma anche la melissa, il bergamotto o la valeriana, che agiscono, ciascuna con proprietà specifiche e meccanismi d'azione peculiari, nel riequilibrio dello stress e nella gestione dei disturbi della sfera psicologica. Per ciascuna di esse saranno descritti, in sintonia con il nostro approccio, tanto l'impiego tradizionale quanto gli sviluppi attuali e le conferme sempre più solide della ricerca scientifica.

L'evento ha al suo centro sette lezioni magistrali di elevato valore scientifico e professionale, rivolte agli erboristi e agli operatori che si occupano di salute e benessere, tenute da esperti di fitoterapia ed erboristeria.

Erboristi tradizionali, medici, docenti universitari ed esperti affronteranno, da diverse angolazioni e ciascuno con i propri know how ed expertise, il tema oggetto di questa edizione, offrendo una grande opportunità di aggiornamento.

Il panel dei relatori, moderati da Mariella Di Stefano, direttore della rivista *L'Erborista*, è composto dai maggiori professionisti del mondo dell'erboristeria e della fitoterapia:

Marco Biagi, docente Università degli Studi di Siena, Segretario Generale della Società Italiana di Fitoterapia

Enrica Campanini, medico esperto in fitoterapia, autrice de "Il Dizionario delle piante medicinali"



Tecniche Nuove SpA

Via Eritrea, 21 • 20157 Milano • Italy
Tel. 0239090.1 • Fax 0233272.220
www.tecnichenuove.com
e-mail: info@tecnichenuove.com

tecniche nuove

Fabio Firenzuoli, medico fitoterapeuta, direttore del CERFIT di Firenze, docente Università degli Studi di Firenze

Stefania La Badessa, farmacista esperta in fitoterapia e nutraceutica

Francesco Novetti, erborista esperto in formulazioni tradizionali, autore del libro “Tisane per tutti”

Paola Paltrinieri, erborista, docente Accademia della Tisana

Marco Valussi, esperto in fitoterapia e aromaterapia, autore del libro “Materia aromatica”.

Il percorso di aggiornamento scientifico e professionale con i nostri esperti sarà arricchito anche quest’anno da una mostra dove, con immagini e approfondimenti tematici, saranno narrati gli usi consolidati, le proprietà e le applicazioni salutistiche di alcune delle erbe al centro dell’evento. Contestualmente saranno esposti prodotti per il benessere e la salute formulati proprio con queste piante, offrendo una panoramica dell’attuale mercato di settore.

Protagoniste dei 10 pannelli, piante officinali della tradizione erboristica italiana ed europea, dalla camomilla alla menta, ma anche specie botaniche provenienti dalle culture di altri continenti e ormai diffuse anche in Europa, come *Bacopa monnieri*, pianta tradizionale dell’Ayurveda indiana, o *Withania somnifera*, nota anche come ‘ginseng indiano’.

Saranno presentati, infine, i dati dell’Osservatorio Erboristeria riguardanti le dinamiche del mercato erboristico nel nostro Paese e le caratteristiche dei consumatori che scelgono di rivolgersi all’erboristeria come canale di vendita connotato da qualità dei prodotti e professionalità degli operatori.

TrackIT blockchain

Lo strumento digitale a supporto delle aziende bio nel contrasto alla contraffazione e all'*Italian sounding*

L'Agenzia ICE ha il compito di agevolare, sviluppare e promuovere i rapporti economici e commerciali italiani con l'estero con particolare attenzione alle esigenze delle piccole e medie imprese, dei loro consorzi e raggruppamenti, favorendone i processi di **internazionalizzazione**.

Accanto ai tradizionali servizi a supporto delle PMI esportatrici, l'Agenzia ICE ha sviluppato una serie di servizi e progetti innovativi - a cura dell'**Ufficio Servizi Digitali alle Imprese** con sede a Milano - per rispondere alla continua evoluzione in chiave digitale del sistema imprenditoriale italiano e in particolare dei processi di internazionalizzazione.

Nel 2022, infatti, ha preso il via **TrackIT blockchain**, il progetto che mette a disposizione delle aziende italiane uno strumento innovativo, completamente gratuito, per il tracciamento di prodotto e/o di filiera con tecnologia blockchain.

Il progetto nasce dall'esigenza di fornire alle aziende italiane uno strumento che possa rispondere alle crescenti sfide che il contesto macroeconomico mondiale pone alle imprese che operano sui mercati esteri, in particolare in termini di **protezione e valorizzazione** del prodotto e del brand aziendale:

- protezione dai fenomeni di **contraffazione e *Italian sounding***, da sempre volano di criticità per il consolidamento dei prodotti Made in Italy sui mercati internazionali;
- valorizzazione del brand aziendale a fronte di consumatori che prestano una sempre maggiore attenzione all'origine, all'impatto ambientale, alla qualità e alla salubrità dei prodotti che intendono acquistare, con una sensibilità particolare verso l'aspetto della sostenibilità del prodotto e della produzione.

In questo contesto, gli strumenti tradizionali di protezione e promozione del prodotto non sempre rispondono in maniera efficace e la tecnologia blockchain, come soluzione applicativa per il tracciamento di prodotto e di filiera, risulta essere la tecnologia innovativa abilitante che serve proprio allo scopo di proteggere e valorizzare il prodotto e/o la filiera produttiva.

Il progetto TrackIT blockchain, infatti, è pensato come la soluzione che integra l'esigenza di protezione e valorizzazione del brand delle aziende con la richiesta del acquirente intermedio/consumatore di poter fare acquisti sicuri e consapevoli. La **blockchain è una struttura di dati condivisa e immutabile**, un database digitale le cui informazioni sono memorizzate in "blocchi" concatenati in ordine cronologico, e la cui integrità è garantita dall'uso della crittografia.

Con TrackIT blockchain è quindi possibile tracciare tutti gli eventi o gli eventi che l'azienda ritiene più rilevanti e caratterizzanti della propria produzione o filiera produttiva o catena di approvvigionamento in modo sicuro e immutabile attraverso un processo di registrazione, in forma crittografata, delle informazioni tipico della tecnologia blockchain, ovvero la notarizzazione.

L'operazione di tracciamento con tecnologia blockchain, proprio grazie alle caratteristiche proprie di questa tecnologia (sicurezza, immutabilità, trasparenza) è uno strumento utile per valorizzare l'autenticità, l'unicità o la sostenibilità del proprio prodotto o della filiera che il consumatore o acquirente intermedio potrà conoscere e verificare con la scansione di un QR code. I dati di azienda e prodotto, registrati digitalmente in blockchain, possono essere infatti condivisi sia con gli interlocutori commerciali che con i consumatori finali attraverso SmartTag (QRCode, NFC o RFID) posti in etichetta o all'interno del prodotto stesso.

L'adozione della tecnologia blockchain per il tracciamento di prodotto e/o di filiera permette di mitigare i rischi derivanti dai fenomeni di contraffazione e *Italian sounding* dando a chi acquista la sicurezza dell'originalità e della provenienza del prodotto.

Altro importante vantaggio derivante dall'utilizzo di questo strumento è l'accorciamento della distanza tra produttore e acquirente intermedio/consumatore. Grazie all'adozione della tecnologia blockchain è possibile creare un **nuovo canale di comunicazione** diretto con l'acquirente intermedio/consumatore (Direct to Consumer - D2C) attraverso il quale l'azienda può valorizzare la qualità e l'unicità dei propri prodotti, nonché la storia del proprio marchio Made in Italy.

TrackIT blockchain può essere pertanto utilizzato come leva di comunicazione del patrimonio valoriale del brand aziendale e come strumento di targetizzazione di un acquirente intermedio/consumatore finale più consapevole e disposto ad accogliere offerte premium in particolare nei mercati maturi come Europa, Nord America e Giappone.

Il servizio TrackIT blockchain è un **servizio chiavi in mano completamente gratuito per i primi 18 mesi di utilizzo**. Viene realizzato da 9 service providers, fornitori tecnici del servizio, opportunamente selezionati da Agenzia ICE tramite procedura di gara. Ogni service provider offre il servizio base così come definito dall'Agenzia ICE ma con soluzioni particolari proprie della tecnologia che utilizza.

La soluzione TrackIT blockchain include le seguenti attività:

- consulenza specialistica per la mappatura della filiera;
- implementazione, gestione e manutenzione di un sistema di tracciabilità blockchain;
- progettazione e sviluppo di interfacce di programmazione (API);
- assistenza e manutenzione;
- creazione di un'interfaccia lato utente (landing page) rivolta all'acquirente intermedio/consumatore estero, che potrà visualizzare e verificare tutti i dati inerenti al prodotto tracciato.



ITALIAN TRADE AGENCY

Da parte delle aziende aderenti non è richiesto alcun adattamento informatico a livello di software o hardware perché saranno i service provider a fornire le necessarie interfacce di programmazione (API).

Le aziende del settore agroalimentare, sia produttrici che contoterziste, possono trarre benefici dal progetto non solo in termini di tracciamento e sicurezza, ma anche in un'ottica di visibilità e promozione del prodotto in una declinazione innovativa e al passo con i tempi. L'utilizzo della soluzione TrackIT blockchain si presta a rispondere in maniera puntuale alle esigenze delle **aziende del biologico** che per loro natura sono strettamente legate ai temi di **tracciabilità e sostenibilità**.

L'Agenzia ICE copre le spese di avvio e di utilizzo del servizio standard per 18 mesi, al termine dei quali l'azienda potrà interrompere il servizio senza costi aggiuntivi, mantenerlo a spese proprie o trasferire il servizio ad altro provider.

I requisiti di partecipazione sono tre:

- produzione Made in Italy secondo quanto previsto dall'art. 60 del codice doganale UE;
- azienda attiva da almeno 3 anni nei settori di produzione agroalimentare e bevande;
- fatturato medio export di almeno il 20% o di almeno 200k€ negli ultimi 3 anni.

Per le aziende e i prodotti tracciati con TrackIT blockchain, Agenzia ICE ha inoltre previsto una **promozione ad hoc sui mercati esteri** finalizzata all'aumento della visibilità delle aziende aderenti al progetto verso buyers locali e consumatori finali. Le azioni promozionali saranno realizzate in collaborazione con la rete estera con priorità verso i mercati maturi di Stati Uniti, Canada, Gran Bretagna, Francia, Germania, Svizzera e Giappone dove è presente una maggiore apertura alle soluzioni tecnologiche innovative e maggiore sensibilità e consapevolezza verso i temi quali la tracciabilità e la sostenibilità.

Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito del progetto www.ice.it/blockchain





V Label Italia s.r.l. a socio unico

Via Emilio Visconti Venosta, 4
20122 Milano

P. Iva - 10212240963



V Label Italia e Associazione Vegetariana Italiana sono partner ufficiali di SANA, salone internazionale del biologico e del naturale, per l'organizzazione del padiglione VEG.

Il consumo di prodotti a base vegetale registra trend di crescita considerevoli e l'offerta è in aumento. Oltre ad essere protagonisti indiscussi sulle tavole di vegani, vegetariani e flexitari, questi prodotti sono sempre più presenti anche nel carrello della spesa di chi fa scelte alimentari rispettose dell'ambiente e della salute, sugli scaffali dei supermercati, nei menù di bar e ristoranti.

Per intercettare e rispondere alle esigenze di un segmento di mercato così dinamico, da giovedì 7 a sabato 9 settembre SANA ORGANIC & NATURAL FOOD, lo spazio espositivo dedicato all'agroalimentare biologico e naturale, presenta un'area interamente riservata all'universo veg, focus-novità di SANA 2023.

Il V-Label è il marchio veg internazionale per eccellenza, registrato in oltre 70 Paesi e attivo a livello mondiale, ed è oggi il simbolo vegetariano e vegano maggiormente riconosciuto dai consumatori. Nonostante la sua ampia diffusione, il marchio V-Label ha mantenuto l'uniformità dei criteri di assegnazione, permettendo quindi di garantire la medesima qualità e affidabilità a prescindere dal Paese di assegnazione. I criteri del marchio V-Label, creati dalle maggiori Associazioni vegetariane e vegane europee, sono costantemente aggiornati per garantire un corretto allineamento con le nuove tecnologie produttive.

Il marchio V-Label viene assegnato solo in seguito ad accurate verifiche documentali e ispettive: per essere sempre una garanzia e sinonimo di sicurezza, l'autodichiarazione non è un metodo utilizzato durante i controlli. Per questo motivo V-Label è responsabile, nei confronti dei consumatori, del claim veg: la trasparenza è sempre al primo posto.

Marchio storico creato in Italia nel 1976 come simbolo istituzionale dell'Associazione Vegetariana Italiana, è oggi la prima scelta di oltre 4.300 aziende nel mondo, con 50mila licenze attive.

V Label Italia e Associazione Vegetariana Italiana sono orgogliosamente al fianco di SANA, che oltre all'ORGANIC & NATURAL FOOD, propone spazi espositivi dedicati al GREEN LIFESTYLE e al CARE & BEAUTY. Il primo è dedicato alla presentazione di prodotti e novità per chi sostiene scelte sostenibili nei diversi ambiti della quotidianità, dalla casa al lavoro, dall'abbigliamento ai trasporti, dalla moda al turismo. Il secondo, che include tutto ciò che è cosmesi naturale e sostenibile, integratori e prodotti green per la cura della persona, riflette gli ottimi risultati del comparto.

COMUNICATO STAMPA
**IL GRUPPO COSMETICI ERBORISTERIA
A SANA 2023**

*Informazione e approfondimento al centro delle attività proposte nel
corso della manifestazione*

Milano, 22 giugno 2023 – In occasione della presentazione dell'edizione 2023 di SANA – Salone internazionale del biologico e del naturale, **Cosmetica Italia**, attraverso il **Gruppo Cosmetici Erboristeria** ha confermato la propria partecipazione, anticipando alcuni appuntamenti e temi che curerà nel corso dell'evento fieristico.

«Dal 7 al 10 settembre SANA tornerà a essere luogo d'incontro privilegiato per aziende, operatori e professionisti legati al mondo del naturale e del sostenibile, temi di grande interesse e attualità anche per il settore cosmetico e in particolare per le aziende che rappresento, legate alla distribuzione nelle erboristerie - ha commentato **Laura Pedrini**, presidente del Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia. «L'attenzione del consumatore verso il cosmetico a connotazione naturale e sostenibile è infatti ormai radicata: i consumi di questi prodotti rappresentano il 25% del totale dei consumi cosmetici nel nostro Paese con ulteriori prospettive di crescita. Una richiesta che non investe più in maniera preponderante l'erboristeria, ma riguarda tutti i canali distributivi in maniera trasversale».

Il **canale erboristeria** copre il **3,3% dei consumi di cosmetici in Italia** per un valore di **378 milioni di euro**; il valore dei **consumi di cosmetici a connotazione naturale e sostenibile** ha invece sfiorato i **2,9 miliardi di euro nel 2022**, a conferma della trasversalità della loro richiesta nei diversi canali distributivi.

Le dinamiche di acquisto legate al canale erboristeria e al fenomeno della cosmesi a connotazione naturale e sostenibile saranno approfondite nel corso del tradizionale **convegno organizzato dal Gruppo Cosmetici Erboristeria durante SANA (Nuove opportunità per il canale erboristeria: tra multicanalità e nuovi orientamenti di consumo - sabato 9 settembre, ore 10:30)**; non mancherà anche un focus di taglio operativo per i punti vendita orientato a fornire consigli e strumenti, in particolare in chiave digital, per attrarre il consumatore e rispondere alle sue esigenze.

Ufficio Stampa

Benedetta Boni

(+39) 02.281773.48
(+39) 333.8785084
benedetta.boni@cosmeticaitalia.it

Francesca Casirati

(+39) 02.281773.47
(+39) 340.1711105
francesca.casirati@cosmeticaitalia.it

Federchimica - Confindustria

20131 **Milano**, via Accademia 33
tel. +39 02 281773 1
www.cosmeticaitalia.it
Codice Fiscale 80052390152



La **lounge istituzionale del Gruppo Cosmetici Erboristeria**, all'interno del Padiglione 21, quest'anno ospiterà anche un **percorso rivolto ai visitatori della fiera**.

L'obiettivo sarà proporre, in maniera ludica e interattiva, contenuti di approfondimento sulla **corretta conoscenza dei cosmetici**, dei loro ingredienti e del loro utilizzo.

Cosmetica Italia – associazione nazionale imprese cosmetiche
Fondata nel 1967, è l'associazione nazionale delle imprese cosmetiche che riunisce oltre 640 aziende, dalle PMI alle multinazionali, rappresentative del 90% del fatturato del settore che, secondo i dati preconsuntivi, nel 2022 ha superato i 13 miliardi di euro.
www.cosmeticaitalia.it | Facebook: [@CosmeticaItaliaAssociazione](https://www.facebook.com/CosmeticaItaliaAssociazione) | Instagram: [@associazionecosmeticaitalia](https://www.instagram.com/associazionecosmeticaitalia) | LinkedIn: [Cosmetica Italia](https://www.linkedin.com/company/cosmetica-italia) | Youtube: [Cosmetica Italia](https://www.youtube.com/channel/UC...)

