



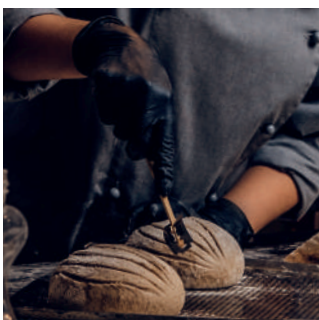
36° salone internazionale
del biologico e del naturale

CARTELLA STAMPA

Naturalmente, Bio.
23-25 FEBBRAIO 2025



In contemporanea con
SLOW FAIR
WINE FAIR



CREOSTUDIOS

SANAFOOD@BOLOGNAFIERE.IT

#SANAFood25



WWW.SANA.IT

an event by



con il patrocinio di



con il supporto di



in collaborazione con



in partnership con





23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

SANA Food, il nuovo format per l'Horeca e il retail specializzato **Appuntamento a BolognaFiere, dal 23 al 25 febbraio, insieme alla Slow Wine Fair**

Nato dall'esperienza maturata in 35 edizioni del Salone internazionale del biologico e del naturale, SANA Food si concentra su tutto ciò che è sana alimentazione per il fuori casa, dai ristoranti ai bar, dalle osterie agli autogrill, fino a mense e catering.

Bologna, 11 febbraio – Si avvicina l'appuntamento con **SANA Food**, il nuovo format espositivo di BolognaFiere, nato per rispondere alle esigenze del mondo del biologico e del naturale. In programma **dal 23 al 25 febbraio 2025** nel Quartiere fieristico di Bologna, **SANA Food** porta al centro della scena le più attuali dinamiche di consumo, a partire dalla domanda di prodotti sani e sostenibili, e si rivolge ai professionisti dell'Horeca e del retail specializzato, approfondendo soluzioni e temi di rilevanza sociale e ambientale.

SANA Food è organizzata da BolognaFiere in collaborazione con FederBio, Demeter, V Label Italia, AITA, con il patrocinio del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, della Regione Emilia-Romagna, del Comune di Bologna e della Camera di Commercio di Bologna, e con il supporto di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e di Eco-Bio Confesercenti Bologna. La manifestazione si svolge in concomitanza con la quarta edizione della **Slow Wine Fair**, la rassegna dedicata al vino buono, pulito e giusto, promossa da BolognaFiere con la direzione artistica di Slow Food.

SCENARI E TENDENZE IN MOVIMENTO

Gli ultimi dati **Circana** sul *sentiment* dei consumatori confermano l'attrazione degli italiani per i **consumi out of home**: nonostante una congiuntura economica non semplice, il **52%** di loro non intende rinunciare a **pranzare e cenare fuori casa** anche nel 2025. Una consuetudine ormai tornata ai livelli pre-pandemia – si tratta di un mercato da **100 miliardi** di euro nel 2024 –, ma che inizia a risentire degli effetti dell'inflazione. Di fatto, rispetto al 2023, in Italia le dimensioni del mercato nel 2024 restano costanti: il momento della **colazione** registra un +1,5% a valore nei primi 9 mesi dell'anno, mentre la **cena** si ferma a un +1% a valore, a fronte di un -0,8% a volume, e il momento dell'**aperitivo** perde l'1,9% (*fonte: TradeLab*).

Prosegue, al contempo, il percorso di **integrazione tra servizi di ristorazione e canali retail**, che nell'ultimo periodo hanno messo a segno un significativo **incremento** nel comparto **ready to eat**, segmento che da solo vale **2,5 miliardi di euro** annui. Nell'anno terminante a giugno 2024, il consumo di piatti pronti cresce in Italia del **15,3%** rispetto al 2017 e presenta ulteriori margini di espansione; la media europea è, invece, del +5,5%, con la Francia in testa al +6,8% (*fonte: Circana*).

In questo contesto, prende slancio il nuovo format di **SANA Food** che, focalizzandosi sui **consumi out of home**, osserva e risponde alla **crescente domanda da parte del mondo della ristorazione di prodotti sani e sostenibili**, innovativi nella composizione e nella presentazione e, al contempo, rispettosi delle diverse tradizioni territoriali, per soddisfare le nuove richieste dei consumatori.



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

Ma a **SANA Food** non ci saranno solo proposte per il mondo della ristorazione. Il nuovo evento, che spazia tra rassegna espositiva, workshop, cooking show e convegni formativi, rappresenta un vero e proprio **viaggio nel mondo della sana alimentazione**, dai piatti pronti ai menù gourmet, per offrire una panoramica completa delle novità provenienti dai principali ambiti produttivi, specialmente a filiera controllata e con volumi medio-piccoli.

SANA FOOD, IL NUOVO VOLTO DELLA FIERA

SANA Food porta a BolognaFiere il primo evento del Sud Europa dedicato a tutte le declinazioni della sana alimentazione a filiera controllata e sostenibile. In continuità con **SANA**, il **biologico** e il **biodinamico** avranno ampio spazio, ma il quadro della sana alimentazione sarà arricchito anche da **ulteriori aree merceologiche**, come le bevande e gli alimenti **vegan, plant based e vegetariani**, gli **alimenti funzionali**, inclusi i "free from" e i "rich in", e i prodotti pensati per sportivi, anziani, bambini, persone con allergie o intolleranze e per chi segue regimi nutrizionali specifici, fino alle eccellenze DOP, IGP e SGT.

I professionisti del mondo Horeca in visita a **SANA Food** troveranno ad attenderli circa **250 aziende espositrici**, tra produttori e distributori/rivenditori, il **15%** delle quali in arrivo **dall'estero**, in particolare da Austria, Corea del Sud, Polonia, Romania e Slovenia.

«**SANA Food** nasce nel solco dell'eredità di SANA per offrire alle imprese del food service e dell'Horeca soluzioni innovative, in sintonia con un mercato in evoluzione – commenta **Gianpiero Calzolari**, Presidente di BolognaFiere –. La manifestazione si pone come hub di confronto e di crescita per l'intera business community, chiamata a ripensare il ruolo dell'alimentazione fuori casa in chiave più responsabile e sostenibile. BolognaFiere promuove questo progetto, nell'intento di favorire un mercato in cui l'origine degli alimenti, la qualità e il benessere delle persone e degli animali, come pure la tutela dell'ambiente siano centrali per produttori e consumatori. La contemporaneità con Slow Wine Fair rafforza il valore del format, offrendo agli operatori nuove opportunità di networking e approfondimento sui trend del settore».

«L'incremento del biologico, sia nei consumi domestici che nel fuori casa, riflette un crescente interesse verso scelte alimentari sostenibili e salutari che tutelano l'ambiente e la biodiversità, e contribuiscono a mitigare i cambiamenti climatici – osserva **Maria Grazia Mammuccini**, Presidente di FederBio –. In questo contesto, la prima edizione di **SANA Food**, che si tiene insieme a Slow Wine Fair, orientata in particolare al canale Horeca, può rappresentare un'opportunità strategica per il biologico, soprattutto per le piccole e medie aziende, che uniscono in molti casi la produzione bio con il recupero di prodotti tradizionali del territorio, o come per il vino, con la denominazione di origine. La manifestazione ospiterà anche la settima edizione di Rivoluzione BIO, che rappresenta ormai un appuntamento fondamentale per fare il punto sul settore, coinvolgendo le istituzioni e le organizzazioni degli operatori di tutta la filiera. Un'occasione importante, quindi, per valorizzare il biologico e favorire un cambio di paradigma nel modo di produrre e consumare cibo, anche attraverso i circuiti della ristorazione collettiva, che può svolgere un ruolo fondamentale nell'educazione alimentare e nella promozione di stili alimentari sani e sostenibili. L'Italia si conferma un Paese-guida nella transizione agroecologica, con un quinto dei terreni agricoli coltivati a biologico, 2,46 milioni di ettari, e una SAU del 20%, quasi il doppio della media europea. Per sostenere tale leadership è cruciale che tutti gli attori del settore operino in rete, con sistemi organizzati lungo l'intera filiera, per raggiungere gli obiettivi strategici indicati nel Green Deal per il biologico».



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - PIVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

*“Gli studi di mercato che ci hanno accompagnato nella creazione del nuovo format **SANA Food** si rispecchiano perfettamente nella presenza di espositori che coprono il mercato della sana alimentazione in tutte le sue espressioni – sottolinea **Claudia Castello**, Exhibition Manager di **SANA** –. La maggiore consapevolezza dei consumatori riguardo alla propria salute e al benessere, confermata dai dati emersi dall'Osservatorio 100 Giorni Sani, rappresenta un'opportunità unica per lo sviluppo economico e sociale. Senza contare che, grazie alla concomitanza strategica con la quarta edizione di Slow Wine Fair, gli espositori avranno maggiore visibilità e nuove occasioni di business, mentre i professionisti della distribuzione potranno ampliare e diversificare la propria offerta. Nella compagine dei 250 espositori, il 15% dei quali provenienti dall'estero, il 60% copre il comparto biologico e biodinamico, il 20% quello delle intolleranze alimentari e del prodotto 'arricchito da' e un altro 20% le necessità del comparto vegano e vegetariano. Queste percentuali nella produzione si intersecano, con zone di sovrapposizione che rendono l'offerta di **SANA Food** ancora più variegata e significativa”.*

In un simile quadro, **SANA Food** si qualifica come un appuntamento irrinunciabile per il food service, l'Horeca e la distribuzione specializzata, che a BolognaFiere potranno incontrare **produttori selezionati** e accedere a **insight esclusivi** su trend di mercato e preferenze dei consumatori.

100 GIORNI SANI: SEGNALI DI CAMBIAMENTO E PROSPETTIVE DI SVILUPPO

A interpretare, analizzare e, quando possibile, anticipare le esigenze di chi è attento alla sana alimentazione contribuisce l'**Osservatorio 100 Giorni Sani** – una delle novità di **SANA Food** –, di cui saranno presentati in fiera gli ultimi dati.

Realizzato con **Channel Marketing Company, LightUp Italia! e Toluna Group**, lo studio si è concentrato sulle abitudini e le motivazioni d'acquisto dei consumatori, attraverso un'indagine che ha sondato idee e comportamenti fuori casa di **3.000 italiani e 1.000 danesi**, mettendo a confronto preferenze e stili di vita di culture diverse.

Le rilevazioni condotte tra la primavera e l'autunno 2024 hanno tracciato il profilo di un **consumatore sempre più informato e consapevole**. I risultati così ottenuti possono essere richiesti dagli espositori di **SANA Food** per migliorare i prodotti già esistenti o crearne di nuovi, più in linea con le richieste espresse dal cliente finale. Dopo la prima wave dell'Osservatorio, martedì 25 febbraio, alle ore 10.15, nell'area della Lab Academy verranno illustrati i risultati della **seconda**. Si confermano, per esempio, le differenze di abitudini tra i due Paesi: l'82% degli italiani dichiara di aver mangiato fuori casa almeno una volta al mese negli ultimi 100 giorni, dato che scende al 63% degli intervistati in Danimarca. Per quanto riguarda il concetto di alimentazione sana, invece, sia italiani che danesi segnalano una certa difficoltà nel reperire cibi sani al ristorante o al bar.

LAB ACADEMY: DAL PERCORSO DI FORMAZIONE ONLINE AGLI INCONTRI IN FIERA

SANA Food porta avanti la tradizione di approfondimento culturale che ha sempre caratterizzato **SANA**, strutturandola negli appuntamenti della **SANA Food Lab Academy**, organizzata in collaborazione con il professor **Sebastiano Porretta**, Presidente di **AITA - Associazione Italiana di Tecnologia Alimentare**.

Tra i dati presentati nel corso dei **webinar online** propedeutici alla Lab Academy – ai quali, nei mesi scorsi, hanno partecipato più di 1.500 operatori del settore –, spiccano quelli dell'Osservatorio di GS1 Italy sull'etichettatura e sui controlli ufficiali sugli allergeni, illustrati dalla dott.ssa **Simona De Stefano**, esperta del Ministero della Salute. Tra i trend di settore affrontati nei webinar, è stata evidenziata la crescita nei consumi di ingredienti benefici (+9,4% in valore), di prodotti free from (+9,7% in valore) e di prodotti rich-in (+10% in valore). Interessante anche il fenomeno legato alla produzione plant-based: il valore del mercato globale del



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

settore è passato da 29,4 miliardi di dollari nel 2020 a 52,5 nel 2023, con proiezioni di aumento fino a 161,9 miliardi (+550%) entro il 2030. Si muove nella stessa direzione il mercato europeo dei pasti a base vegetale: 181 milioni di euro nel 2022, con un incremento del 20% rispetto all'anno precedente. In generale, è la quantità di persone vegane o vegetariane che inizia a essere significativa. In Italia, per esempio, il 7,2% della popolazione si dichiara vegetariana e il 2,3% vegana (contro il 6,5% e lo 0,6% di 10 anni fa): numeri che vanno di pari passo con l'importanza attribuita alla salubrità, alla freschezza e al gusto dei prodotti vegetali.

Il percorso avviato con i webinar online si chiuderà con numerosi **incontri live** in programma a **SANA Food**: all'interno della Lab Academy si spazierà dalla nutricosmetica alla medicina integrativa e al microbioma, dalla filiera dello zucchero biologico agli incontri di formazione per i professionisti della ristorazione e del consumo fuori casa, dalla gestione del magazzino di alimenti Made in Italy al progetto di un'Organizzazione mondiale del commercio per il bio.

RIVOLUZIONE BIO, SANA FOOD NOVITÀ E I MOMENTI DI CONSUMO

L'attenzione al business networking di **SANA** resta un elemento cardine del nuovo corso intrapreso con **SANA Food** e si concretizza in un'area dedicata agli **incontri b2b** tra espositori e buyer internazionali.

Confermato anche uno degli appuntamenti più attesi di **SANA**, ovvero gli Stati Generali del biologico e del biodinamico di **Rivoluzione Bio**, in programma **lunedì 24 febbraio**.

Organizzati con la segreteria di Nomisma, i due incontri in calendario si focalizzeranno sull'analisi degli ultimi dati di mercato raccolti dall'**Osservatorio SANA 2025** e sul ruolo del biologico e della sana alimentazione nei consumi fuori casa e nella ristorazione collettiva.

Rivoluzione Bio è promossa da BolognaFiere in collaborazione con FederBio e AssoBio, nell'ambito 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, e organizzata con la segreteria organizzativa di Nomisma.

DALL'IDEA ALLA TAVOLA: EVOLUZIONE DEL CONSUMO

In continuità con le ultime edizioni di **SANA**, **SANA Food** riserva uno spazio speciale a specifici momenti di consumo fuori casa: si spazierà dalla **colazione** all'**aperitivo**, passando per le ricette di **menù vegani e vegetariani**, **masterclass** sull'uso dell'**olio extravergine di oliva** nella ristorazione, fino al concetto di '**menù parlante**', per accrescere la consapevolezza del consumatore. La **colazione** sarà al centro di incontri scientifici dedicati all'importanza di un'alimentazione equilibrata fin dal mattino, affiancati da **cooking demo** dedicate ai professionisti Horeca interessati a offrire ai propri clienti proposte innovative e bilanciate: un viaggio tra i trend del settore, con degustazioni esclusive di prodotti food&beverage selezionati tra gli espositori.

Torna da protagonista l'edizione 2025 di **SANA Food Novità**, la **vetrina di prodotti innovativi e linee rinnovate**, con **formulazioni inedite e packaging**: svelate **in anteprima sul sito** della manifestazione, le referenze di **SANA Food Novità** saranno presentate all'interno di uno **spazio mostra** dedicato, per offrire agli operatori in visita uno sguardo esclusivo sulle dinamiche più recenti del comparto.

Per il terzo anno consecutivo, grazie alla collaborazione con il partner ufficiale **V Label Italia**, un'importante area espositiva sarà riservata all'universo **vegano e vegetariano**, con un percorso formativo dedicato agli operatori Horeca che devono misurarsi principalmente con un profilo di cliente vegano. Il corso, in calendario il **24 febbraio** nella Cooking Lab Area, affronterà temi chiave, quali la cross contamination, le nuove proteine



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - PIVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

vegetali e le tecniche per reinventare ricette tradizionali in chiave veg, offrendo soluzioni pratiche per arricchire i menù di hotel, ristoranti e bar attraverso nuovi metodi di cottura e con una forte attenzione alla riduzione degli sprechi.

Non mancherà uno sguardo sulle new entry internazionali legate al mondo **plant-based**, per intercettare le tendenze emergenti e rispondere a una domanda in continua crescita.

La business community di **SANA Food** è invitata a vivere un'esperienza immersiva tra **cooking show e masterclass**, capaci di ispirare e sorprendere anche i palati più esigenti. Chef e maestri del settore si alterneranno sul palco con esibizioni dal vivo, svelando segreti, tecniche e curiosità legate alla sana alimentazione. Un'occasione unica per scoprire ricette innovative e approfondire le tendenze che stanno trasformando il mondo del food.

Bar e punti ristoro di **SANA Food** saranno a loro volta protagonisti di questo viaggio nel gusto, con proposte pensate per **tutti gli stili alimentari**, inclusi quelli legati ai principali precetti religiosi. L'obiettivo è quello di offrire a tutti la possibilità di gustare **pasti sani, equilibrati e in linea con le proprie esigenze**.

SPINTA ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Anche in questa veste rinnovata, **SANA Food** guarda oltre i confini nazionali e amplia le opportunità di business per le aziende espositrici, ospitando operatori del settore food&beverage provenienti da tutti i Paesi europei e nutrite delegazioni da Canada, Stati Uniti, Giappone e Singapore.

Negli ultimi mesi, **SANA Food** ha partecipato a tutti i principali eventi mondiali sulla ristorazione biologica, plant based e free from per l'Horeca e il retail specializzato. Grazie a questa intensa campagna promozionale, al supporto di **ICE - Agenzia per la promozione all'estero** e del network di agenti di BolognaFiere, nonché alla contemporaneità con Slow Wine Fair, **SANA Food** consentirà alle aziende e alle eccellenze del settore di incontrare **300 buyer esteri di alto profilo**, interessati a un'offerta sempre più innovativa.

SANA Food è organizzata da BolognaFiere in collaborazione con FederBio, Demeter, V Label Italia, AITA e CIA, 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, del Comune di Bologna e della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Bologna, e con il supporto di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

Ufficio stampa SANA Food

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 / 366 6659090

Web e Social media

www.sana.it
Linkedin.com/SANA
X.com/sanafiera
Facebook.com/sanabologna
Instagram.com/sanafiera
Youtube.com/BolognaFiere



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it

RIVOLUZIONE BIO 2025 IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO 24 FEBBRAIO 2025

LUOGO DI CONFRONTO TRA ISTITUZIONI, BUSINESS LEADERS ED ESPERTI DEL SETTORE, PER
FACILITARE LA RIFLESSIONE SUL FUTURO DEL SETTORE BIOLOGICO

Dati in anteprima e programma della sesta edizione

Bologna, 11 febbraio 2025 – I dati dell'**Osservatorio SANA 2024-2025** confermano una crescita del settore biologico sia in Italia che all'estero. Il biologico torna protagonista con la sesta edizione di **RIVOLUZIONE BIO**, in programma il **24 febbraio 2025**, nell'ambito di **SANA Food**, presso la **Sala Opera del Padiglione 18 (Quartiere Fieristico di Bologna)**.

Nel 2024 la Distribuzione Moderna, con un valore complessivo di **2,2 miliardi di euro**, si conferma il canale di riferimento per gli acquisti bio degli italiani, con una **crescita a valore del +4,4%** rispetto al 2023¹.

La consumer base di prodotti bio rimane l'indicatore di maggiore interesse per l'analisi dei comportamenti delle famiglie italiane: **oggi il 93% della popolazione 18-65 anni include consapevolmente almeno un prodotto a marchio biologico nel carrello della spesa**, segno di una crescente consapevolezza verso scelte alimentari sane, sicure e sostenibili ma anche di una importante ricerca di garanzie in termini qualitativi (12% dei consumatori acquista bio perché li ritiene di maggiore qualità e ulteriore 11% con proprietà nutrizionali migliori rispetto ai prodotti senza marchio).

Ma il biologico orienta i comportamenti di consumo degli italiani anche al di fuori delle mura domestiche: **quasi 8 su 10 hanno consumato prodotti alimentari biologici nelle occasioni fuori casa presso ristoranti, bar o mense** nel corso del 2024.

Il biologico si rivela inoltre una **leva importante per l'export agroalimentare italiano**, lo confermano le aziende del food&wine nazionale, intervistate nell'ambito del progetto ITA.BIO, la piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy, curata da Nomisma e promossa da ICE Agenzia e FederBio. Il **40% di esse considera il marchio biologico un alleato strategico per entrare nei mercati esteri**; Germania, Francia, Scandinavia e Stati Uniti i principali mercati di destinazione per l'export dei prodotti biologici italiani per il 2024.

Queste alcune delle anticipazioni che verranno approfondite nel corso della **VI edizione di Rivoluzione Bio**, l'evento promosso da BolognaFiere, organizzato in collaborazione con FederBio e AssoBio e con il supporto di 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 è la piattaforma di riflessione sulle tematiche del **settore biologico** che intende promuovere un tavolo di discussione, incontro e interscambio di esperienze tra business leader, esperti

¹ Fonte: NielsenIQ, perimetro omnichannel, peso imposto, anno terminante Dicembre 2024

RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO

ed istituzioni. Come spazio di confronto tra i principali attori del settore, RIVOLUZIONE BIO mira a valorizzare l'agroalimentare biologico come leva strategica per lo sviluppo del Paese.

Dopo i **saluti istituzionali**, la giornata si aprirà con la **presentazione dei dati dell'Osservatorio SANA 2025**, che fornirà un quadro aggiornato del mercato biologico italiano con dati chiave e tendenze di settore. Successivamente, una **tavola rotonda** vedrà il confronto tra esperti e istituzioni per discutere delle **strategie più efficaci** a supporto del comparto e **delle politiche necessarie a sostenerne lo sviluppo**.

Nel pomeriggio, il focus si sposterà sulla **ristorazione collettiva** e **sul ruolo del bio fuori casa**, analizzando il suo impiego nelle mense scolastiche, ospedaliere e nella ristorazione commerciale.

RIVOLUZIONE BIO 2025: AGENDA

Ore 10.00 | Saluti istituzionali e apertura lavori

Ore 11.00 | Mercato italiano del bio e politiche per il settore

- *Osservatorio SANA 2025. I numeri chiave del bio*
- *Tavola rotonda*

Ore 14.00 | Fuori casa e ristorazione collettiva. Il ruolo del bio e della sana alimentazione

Per seguire tutti gli aggiornamenti sulle iniziative di Rivoluzione Bio: www.rivoluzionebio.it e su www.sana.it.

Press Office SANA

Absolut eventi & comunicazione
Sara Telaro, Sveva Scazzina
SANApress@absolutgroup.it
Tel. 051 272523

Press Office Nomisma

Maurizio Liuti
HEAD OF COMMUNICATION
maurizio.liuti@nomisma.it

Press Office BolognaFiere

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



RIVOLUZIONE BIO È UN EVENTO PROMOSSO NELL'AMBITO DEL PROGETTO

Progetto «100 Giorni Sani»: Toluna presenta i risultati della seconda rilevazione tra consumatori in Italia e Danimarca sullo stile di vita sano e l'alimentazione

La nuova indagine, condotta dal 9 al 15 dicembre, conferma differenze culturali e offre insight aggiornati sui comportamenti e le preferenze di consumo sano fuori casa

Bologna, 11 febbraio 2025 – Toluna, leader nel digital market research, in collaborazione con Channel Marketing Company e con il contributo progettuale di Claudia Maccarini (LightUp Italia), presenta i risultati della *seconda rilevazione* del progetto «Osservatorio 100 Giorni Sani». L'osservatorio comprende un campione complessivo di 4.000 persone (3.000 in Italia e 1.000 in Danimarca) diviso in due rilevazioni. La seconda rilevazione è stata condotta tra il 9 e il 15 dicembre e si pone in continuità con la prima, esplorando percezioni, abitudini e trend legati allo stile di vita e all'alimentazione fuori casa con riferimento ai 100 giorni precedenti.

Uno sguardo d'insieme: stabilità e nuove sfide

Si confermano le differenze di abitudini tra i due Paesi in merito al mangiar fuori casa: l'82% degli italiani dichiara di aver mangiato fuori almeno una volta al mese negli ultimi 100 giorni, dato che scende al 63% degli intervistati in Danimarca. Tuttavia, in entrambi i paesi si registra stabilità rispetto alla precedente rilevazione. Per quanto riguarda l'alimentazione sana, emerge una immagine ricca di sfaccettature e alternative, non sempre facile per il consumatori da capire ed assimilare.

«I risultati di questa seconda rilevazione confermano le profonde differenze culturali tra Italia e Danimarca, ma evidenziano anche come il concetto di “cibo sano” sia ormai un elemento imprescindibile per i consumatori di entrambi i Paesi. Questo fornisce ai brand indicazioni ancora più precise su come tarare l'offerta e rispondere ai bisogni di segmenti di mercato differenti», afferma **Michele Morreale, Client Partner in Toluna.**

Mangiare sano fuori casa: abitudini e costanza

- **In Italia**, rimane alta la percentuale di persone che dichiarano di aver mangiato cibo salutare fuori casa negli ultimi 100 giorni. Tuttavia, **poco meno di 1 italiano su 2** ammette di non riuscire a mantenere costantemente un regime alimentare “sano” quando consuma pasti fuori casa, rivelando un comportamento ancora *occasionale*.
- **In Danimarca**, l'approccio risulta ancora *meno integrato* con circa il 61% dei danesi che dichiara difficoltà nel mantenere costanza nel mangiare sano.

Le preferenze alimentari: dietro alle scelte “sane”

1. **Italia: frammentazione e focus su gusto e stagionalità**
 - L'offerta di cibo sano fuori casa si conferma frammentata: a guidare la scelta resta la *dieta mediterranea*, con frutta e verdura di stagione e piatti preparati con ingredienti naturali.

- L'attenzione verso ricette più in linea con la stagionalità e la tradizione è più forte nella stagione primaverile-estiva, mentre nei mesi più freddi si osserva un leggero calo di consumo.
- Il *buon sapore* e l'*aspetto estetico* del piatto sembrano rivestire grande importanza per gli italiani quando si parla di cibo sano, indicando una forte componente di gratificazione personale.

2. Danimarca: biologico e attenzione all'ambiente

- In Danimarca, i prodotti *biologici* e a *basso impatto ambientale* (es. naturalmente ricchi di sostanze nutrienti, vegetariani) risultano più centrali nel consumo fuori casa rispetto all'Italia.
- La scelta di cibo bio è guidata dalla percezione che si tratti di alimenti *genuini, saporiti e freschi*, che fanno bene sia alla persona sia all'ambiente.
- I *piatti caldi* si confermano il formato più consumato fuori casa, mentre i panini con ingredienti salutaris risultano meno diffusi durante i mesi autunnali e invernali.

Soddisfazione per l'offerta di "cibo sano" fuori casa

- **Italia:** Il 77% degli italiani che ha mangiato sano negli ultimi 100 giorni si dichiara complessivamente soddisfatto delle proposte trovate, anche se solo il 14% mostra *un alto livello* di soddisfazione. C'è dunque *marginale di miglioramento*, supportato anche dalle difficoltà dichiarate dal consumatore di trovare fuori casa informazioni che permettono di capire la salubrità della propria offerta.
- **Danimarca:** I danesi risultano più critici, con solo il 59% che si definisce soddisfatto delle opzioni sane proposte fuori casa negli ultimi 3 mesi. Sebbene la soddisfazione risulti in crescita rispetto alla rilevazione precedente, emerge comunque la necessità di offrire alternative e informazioni sempre più in linea con la domanda di prodotti bio e sostenibili.

«In Italia si consolida il ruolo della dieta mediterranea e della stagionalità, mentre in Danimarca cresce l'attenzione verso il biologico. Per entrambi i Paesi emerge ancora la sfida di un'offerta più varia e costante, in grado di soddisfare esigenze di gusto, benessere e sostenibilità», aggiunge **Claudia Maccarini, Senior Marketing & Business Manager di LightUp Italia.**

Presentazione ufficiale a SANA Food 2025

L'Osservatorio «100 Giorni Sani» verrà presentato e approfondito a **SANA Food 2025**, in programma dal 23 al 25 febbraio a Bologna. Sarà l'occasione per discutere in anteprima i risultati delle due rilevazioni a confronto, tracciando i trend emergenti e proponendo spunti di riflessione per i brand e i professionisti del settore.

Scopri di più a questo link: <https://www.sana.it/homepage/1229.html>



Su Toluna

Toluna è una digital market research agency leader nella raccolta di insight sui consumatori in tutto il mondo. Flessibilità e agilità sono le caratteristiche distintive principali di Toluna, grazie alle quali si possono realizzare progetti di ricerca capaci di rispondere alle esigenze di business delle aziende che così, in modo efficiente, possono conoscere meglio i mercati in cui operano, innovare i loro prodotti/servizi, analizzare le proprie campagne di comunicazione e misurare la forza del proprio brand. Toluna è un player globale che permette di accedere all'opinione di oltre 79 milioni di consumatori in più di 100 Paesi.

Su LightUp Italia / Claudia Maccarini

Claudia Maccarini, Senior Marketing & Business Manager (FMCG), da decenni collabora in networking con aziende e consulenti specializzati per lo sviluppo di progetti innovativi nell'ambito del mercato del largo consumo e degli eventi in Italia e all'estero.

Su Channel Marketing Company

Channel Marketing Company è una società di consulenza e formazione che da oltre 20 anni sviluppa progetti di Marketing e Trade Marketing per le aziende di marca e di distribuzione nei diversi canali (food e non food) e implementa progetti consulenziali e formativi su misura grazie alla comprovata esperienza dei suoi soci, maturata in centinaia di progetti con le maggiori catene distributive italiane e produttori nazionali e internazionali.



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

Tre giorni di SANA Food: incontri, novità e tendenze

In fiera a Bologna una fitta agenda di workshop, seminari e masterclass per esplorare scenari e opportunità del settore.

Bologna, 11 febbraio – Punto di riferimento per l'alimentazione sana e biologica nel contesto del food service e del retail, **SANA Food** propone tre giorni di incontri, dibattiti e aggiornamenti su innovazione, sostenibilità e nuove tendenze, offrendo ad aziende e professionisti del settore l'opportunità di confrontarsi con esperti e istituzioni, e di scoprire le ultime novità del mercato.

Per il sesto anno consecutivo, è **Rivoluzione Bio** a essere al centro del programma formativo di **SANA Food** con gli Stati generali del biologico, in programma **lunedì 24 febbraio**.

Prenderà il via alle 10.00, in Sala Opera (pad. 18, piano ammezzato), il convegno **Mercato italiano del bio e politiche per il settore**, durante il quale saranno presentati i dati dell'Osservatorio SANA 2025, mentre alle 14.00 è atteso l'incontro **Fuori casa e ristorazione collettiva. Il ruolo del bio e della sana alimentazione**.

Rivoluzione Bio è promossa da BolognaFiere in collaborazione con FederBio e AssoBio, nell'ambito 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, e organizzata con la segreteria organizzativa di Nomisma.

A questo importante appuntamento **SANA Food** aggiunge un nutrito palinsesto di eventi che si terranno all'interno delle aree **Cooking Lab e Lab Academy**, con attività pratiche e teoriche sul mondo del biologico e della sana alimentazione.

Particolare attenzione sarà riservata ai laboratori di formazione per il settore Horeca, grazie alla collaborazione con diversi partner che arricchiranno il programma con esperienze concrete e facilmente replicabili nello svolgimento delle diverse attività di food service.

Nella **Lab Academy Area** (pad. 18) prosegue il percorso avviato negli scorsi mesi con una serie di workshop online: un fil rouge che abbraccia tematiche cruciali come allergie, intolleranze, biologico e il mondo vegano/vegetariano.

Tra gli appuntamenti da segnalare, domenica 23 febbraio, alle 15.00, si terrà il convegno dedicato al **Pegno rotativo e la "cartolarizzazione" del magazzino dei prodotti alimentari Made in Italy**, con un focus sul **Regolamento UE MiCAR** e l'uso della **Blockchain**. L'evento, a cura di Euranet/Choral Chain, è realizzato in collaborazione con LS LexJus Sinacta, CSQA Certificazioni e Algorand Foundation.

Da non perdere, alle 12.00 di lunedì 24 febbraio, l'incontro a cura di Metro su **Il Menù Parlante** (Cooking Lab Area), un'occasione per approfondire come comunicare in modo efficace i piatti del menù, valorizzando ingredienti, storia e caratteristiche, con un'attenzione particolare agli allergeni.

Alle 15.00 di lunedì, appuntamento con **Una OMC per il biologico**, organizzato da Anaprobio-Copagri, in collaborazione con ConfagriBio e con il sostegno di MASAF.



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiery.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiery.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

Alle 10.15 di martedì 25 febbraio, nella Lab Academy, sarà il momento di scoprire i risultati finali della seconda wave dell'**Osservatorio 100 Giorni Sani** a cura di Toluna. L'incontro approfondirà i contenuti dell'indagine, focalizzata su abitudini e motivazioni di acquisto fuori casa di 3.000 italiani e 1.000 danesi.

Sempre martedì 25 febbraio e sempre nell'area della Lab Academy, alle 11.00 sarà la volta di **Zucchero biologico 100% italiano: una filiera ricca di valori**, organizzato da FederBioServizi nell'ambito del Progetto Europeo Being Organic in EU. Seguiranno le sessioni **Beauty from inside: la bellezza esteriore attraverso l'alimentazione** (ore 12.00) ed **Erba Medica per Allevamenti** (ore 14.00).

SANA Food dedica uno spazio speciale a due momenti chiave per i consumatori, la **colazione** e l'**aperitivo**, che occuperanno la scena della **Cooking Lab Area** con dimostrazioni di ricette e proposte innovative. Nella giornata di apertura della manifestazione sono in programma, rispettivamente alle 11.00 e alle 17.15, **La colazione della domenica** e **L'aperitivo della domenica**. Entrambe le cooking demo sono organizzate da Well Being Solution, così come: **Ascoltare il corpo** e **Mangiare bene per dormire bene**. Si terrà, invece, lunedì 24 febbraio **Alimento, nutraceutico e integratore alimentare: comprendere le differenze per un approccio professionale**, a cura di **Eco-bio Confesercenti Bologna**.

Ampio spazio sarà rivolto alla formazione per ristoratori e gestori di bar, locali e mense. Da segnalare, domenica 23 febbraio, alle 15.00, il cooking show **Cheese by Slow Food**, promosso da Slow Food. Lunedì 24 febbraio, alle 14.00, V-Label organizza **Introduzione alla cucina vegetariana, vegana e raw - corso base per la ristorazione**, un'opportunità per approfondire tecniche e ingredienti del settore. Alle 16.00, **BIOL Masterclass - Conoscere l'olio EVO per far crescere la cucina e il servizio in sala**, un'esclusiva sessione curata da BIOL e dedicata all'olio extravergine d'oliva di alta qualità. Martedì 25 febbraio, alle 12.00, si terrà **Il concetto Bio Fair: valorizzare il biologico regionale in gastronomia**, appuntamento realizzato in collaborazione con il progetto "Più biologico regionale in Europa", cofinanziato dall'Unione Europea. A seguire, alle 15.00, Eco-bio Confesercenti Bologna propone **Allergeni a Tavola: Conoscere, Identificare, Comunicare**, per una gestione più consapevole in sala e in cucina.

Due **masterclass** speciali, ideate per promuovere la ricchezza e la varietà dei prodotti italiani nel mondo, saranno riservate ai **buyer esteri**: la prima, a cura di BIOL, si concentrerà sull'olio extravergine d'oliva, mentre la seconda, coordinata da Bio.MIC ConfCooperative, avrà il miele come focus prioritario.

Martedì 25 febbraio alle 10.30, in Sala Opera, si terrà il convegno medico-scientifico **L'alimentazione sana per l'uomo e per il pianeta. La promozione dell'attività fisica**, promosso dalla Fondazione Istituto Scienze della Salute e dedicato al rapporto tra sana alimentazione, sport e benessere dell'uomo e del pianeta. Biologi nutrizionisti, terapeuti del sonno e chef si confronteranno su strategie e buone pratiche per promuovere uno stile di vita equilibrato a 360 gradi.

Lunedì 24 febbraio, alle 12.30, Carrefour presenterà presso il proprio stand la campagna **Act for Food & Biologico: gusto, impegno e accessibilità**, dedicata alla strategia di transizione alimentare del gruppo e pensata per gli espositori interessati a creare connessioni con il mondo della distribuzione. L'iniziativa, in piena coerenza con i valori ispiratori di **SANA Food**, mira a rendere l'alimentazione più sana, sostenibile, locale e



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

accessibile, supportando i consumatori con azioni concrete che uniscono piacere, nutrizione e rispetto per l'ambiente.

Al termine dell'evento, dopo la premiazione di cinque direttori commerciali, i category manager di Carrefour incontreranno le aziende in un momento di networking esclusivo.

Ufficio stampa SANA Food

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

BolognaFiere
Daniela Modonesi
daniela.modonesi@bolognafiere.it
Tel. 051 282233 / 366 6659090

Web e Social media

www.sana.it

Linkedin.com/SANA
X.com/sanafiera
Facebook.com/sanabologna
Instagram.com/sanafiera
Youtube.com/BolognaFiere



BolognaFiere spa

Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office

Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



V Label Italia Srl
Corso di Porta Vittoria 58
20122 Milano
P. Iva - 10212240963



IL MARCHIO V-LABEL E SANA FOOD, PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA RISTORAZIONE VEG

Il V-Label nasce nel 1976 come simbolo istituzionale dell'Associazione Vegetariana Italiana e ben presto diventa un segno distintivo del movimento vegetariano prima, vegano poi. Dagli anni '90 inizia il percorso di certificazione di prodotti e servizi vegetariani e vegani, ed è oggi considerato il marchio leader di mercato in Europa e in rapida ascesa negli altri continenti.

Da sempre il marchio V-Label è sinonimo di garanzia per tutti coloro che hanno scelto uno stile di vita veg non solo perché è il più antico, ma perché da sempre i controlli che stabiliscono l'idoneità di un prodotto escludono metodi, quali l'autodichiarazione, che potrebbero non essere affidabili.

Il mercato delle alternative vegetali in Italia continua a crescere, in un mercato che ad oggi vale quasi 710 milioni di euro, con una crescita del +7% a valore e del 4% a volume rispetto al periodo precedente.¹

Nel 2023, i consumi di prodotti a base vegetale (GDO+fuori casa) sono aumentati del +2,8% rispetto al 2022. Bloomberg prevede un ulteriore sviluppo a livello globale, stimando un aumento a valore dai 44 miliardi di dollari attuali a 162 miliardi entro il 2030.²

Secondo i dati Eurispes pubblicati a maggio 2024, il 9,5% della popolazione italiana è veg. Il 7,2% si identifica come vegetariano, mentre il 2,3% come vegano.³

In questo scenario così dinamico, il marchio V-Label è tanto necessario per garantire l'idoneità di un prodotto a chi ha scelto di essere vegetariano o vegano, quanto indispensabile per fornire un supporto a tutte le aziende e le imprese che scelgono di aprirsi con trasparenza e chiarezza a un settore in costante sviluppo.

La partnership pluriennale tra SANA, player storico nel settore fieristico del naturale e del biologico da 35 anni, e V Label Italia diventa oggi ancora più importante. Il nuovo concept SANA Food è, infatti, un appuntamento strategico per la business community del settore e per tutti gli operatori food service e Horeca che desiderano posizionarsi nel comparto vegetariano e vegano con un'offerta trasparente, professionale e all'avanguardia.

Grazie a questa importante collaborazione, nasce il nuovo progetto di supporto e formazione dedicato a professionisti e imprenditori della ristorazione che verrà presentato durante la manifestazione: corsi base e avanzati per comprendere, gestire e adeguare l'offerta vegetariana e vegana in modo semplice, sicuro e innovativo. Conoscere la filosofia alle basi della scelta veg per

¹ Fonti: Atlante (dati Nielsen AT 30.6.2024)

² Il Sole 24 Ore, gennaio 2024

³ Eurispes Report, maggio 2024, SCHEDA-SONDAGGIO 47 | LA DIETA DEGLI ITALIANI: ABITUDINI E NUOVE TENDENZE p. 81

accogliere al meglio gli avventori, gestire la cross contamination, saper trattare le “nuove” proteine vegetali, offrire una varietà adeguata di piatti vegetariani e vegani, applicare diversi metodi di cottura e preparazione dei cibi limitando gli sprechi sono solo alcuni dei temi trattati in questo percorso.

L’edizione 2025 di SANA Food è anche un’importante occasione per V Label Italia per presentare a buyer e visitatori le novità e le eccellenze gastronomiche vegetariane e vegane italiane e internazionali certificate V-Label. Insieme al food, verranno anche rappresentate numerose cantine nazionali, che presenteranno i propri vini veg attraverso un’esperienza di degustazione curata da un sommelier certificato AIS.

Presso l’area V Label Italia saranno, inoltre, presenti alcuni tra i produttori certificati V-Label e sarà possibile degustare una selezione di prodotti veg certificati.

V-Label: la qualità, la trasparenza e la professionalità nell’ambito della certificazione vegetariana e vegana al tuo servizio, oggi soprattutto al servizio della ristorazione.

Sophia Somaschi
Amministratore V Label Italia



Demeter Italia a SANA Food 2025: un impegno per la salute, la qualità e la cultura dei prodotti biodinamici

Sorbolo Mezzani (PR), febbraio 2025_ **Demeter Italia** partecipa a **SANA Food**, la nuova veste dello storico Salone internazionale del biologico e del naturale, che quest'anno si svolge a **Bologna dal 23 al 25 febbraio**, in concomitanza con la **Slow Wine Fair**.

La manifestazione, punto di riferimento per professionisti e appassionati del settore, dopo una pausa nel 2024 torna protagonista, per annunciare le nuove frontiere della sostenibilità, della salute e del benessere. E Demeter Italia non poteva mancare. L'associazione di tutela della qualità biodinamica ed ente certificatore dei prodotti biodinamici da sempre mette al centro delle produzioni gli aspetti salutistici e di attenzione al benessere, non solo dell'uomo ma anche della terra, delle piante e degli animali presenti nell'organismo agricolo.

Lo stand di Demeter sarà il punto di riferimento per tutti coloro che desiderano conoscere meglio l'associazione e i suoi principi: la sostenibilità, il rispetto per la natura e la promozione di alimenti di altissima qualità, che si distinguono per le loro caratteristiche organolettiche e nutritive, in un mercato sempre più orientato verso scelte consapevoli.

Giovanni Buccheri, Direttore di Demeter Italia, dichiara: *"La partecipazione alla fiera SANA Food non è solo una vetrina per la nostra associazione, ma un'occasione importante per fare cultura e sensibilizzare il pubblico sull'importanza della biodinamica, con i suoi cibi che rispettano l'ambiente e sono ricchi di benefici nutrizionali. SANA Food è la fiera per eccellenza del mercato salutistico e del benessere, e il nostro obiettivo è far crescere la consapevolezza riguardo al nostro metodo di fare agricoltura, un approccio che va oltre la certificazione biologica e che mette al centro la salute del vivente e della Terra".*

Demeter Italia è un'associazione privata di produttori, trasformatori e distributori di prodotti agricoli e alimentari **biodinamici**, affiliata alla **Biodynamic Federation Demeter International (BFDI)**. Con sede a **Sorbolo Mezzani (PR)**, **Demeter Italia** svolge un'attenta azione di controllo sulla produzione, la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti, seguendo ogni fase della filiera fino al rilascio della certificazione e all'etichettatura. L'Associazione comprende **oltre 1.000 aziende** di diverse categorie merceologiche diffuse su tutto il territorio nazionale, che applicano il metodo di agricoltura biodinamico ispirato da Rudolf Steiner nel 1924. Per saperne di più: www.demeter.it

Ufficio Stampa
ZEDCOMM

Giulia Ledda
Cell. +39 347.8139971
Direct E-mail: giulia.ledda@zedcomm.it

Elena Brunati
Cell. +39 340 7552578
Direct E-mail: elena@zedcomm.it

COMUNICATO STAMPA

Bologna, 11 febbraio 2025 – In occasione della conferenza stampa di **SANA Food** e **Slow Wine Fair**, interviene da remoto il Direttore Generale di Agenzia ICE, dott. Lorenzo Galanti.

SANA nasce nel 1988, prima fiera in Europa ad aprire le porte al mondo del biologico e del naturale. Da subito si focalizza esclusivamente sui prodotti agroalimentari biologici, con l'obiettivo di valorizzare le eccellenze italiane e internazionali del settore.

Slow Wine Fair, nasce nel 2022 ad opera di Slow Food in collaborazione con BolognaFiere e FederBio, con l'intento di promuovere vini frutto di un'agricoltura sostenibile che tutelino la biodiversità e il paesaggio, per un consumo sempre più responsabile e consapevole.

La contemporaneità dei due eventi rappresenta un'opportunità unica per creare sinergie tra i settori del biologico e del vino naturale, sempre più legati da una comune attenzione alla qualità, alla sostenibilità e al rispetto dell'ambiente.

In collaborazione con BolognaFiere, Slow Food e FederBio, ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, è presente a entrambe le manifestazioni per fornire un concreto sostegno tramite l'organizzazione di un incoming di operatori internazionali selezionati dagli Uffici della rete estera. L'obiettivo è di supportare le aziende italiane nell'export e nell'internazionalizzazione, creando occasioni di business e di networking tra professionisti del settore Agroalimentare.

Nello specifico il supporto di Agenzia ICE viene così articolato:

- **Per questa edizione di SANA Food**, l'incoming prevede la partecipazione di **80 operatori da 14 Paesi**: Canada, Stati Uniti, Giappone, Cina e Hong Kong, Svezia, Danimarca, Francia, Spagna, Regno Unito, Romania, Macedonia del Nord, Bulgaria, Ungheria, Serbia e Slovenia. Sono coinvolti anche i Trade Analyst degli Uffici ICE che hanno il maggior numero di delegati per questa edizione. Per questa edizione sono previste più di 200 aziende espositrici che incontreranno gli operatori nelle **tre giornate di fiera**.
- Per questa **4° edizione della Slow Wine Fair**, dove sono attese più di mille cantine espositrici principalmente italiane, Agenzia ICE ha organizzato un incoming di **50 operatori provenienti da 14 Paesi**, per la maggioranza europei di prossimità, che continuano a rappresentare i principali sbocchi dell'export di vino Bio Made in Italy: Germania, Polonia, Regno Unito, Austria, Svezia, Danimarca, Svizzera, Slovenia. Sono inoltre coinvolti anche due Trade Analyst dagli Uffici ICE con maggior numero di delegati per questa edizione. Oltre ai consueti **B2B** nelle tre giornate dell'evento, sono stati organizzati **2 tour post-fiera in collaborazione con il Consorzio del Lambrusco e il Consorzio Strada dei Vini e dei Sapori dei Colli di Rimini**, ove parteciperanno **20 buyer selezionati** dagli uffici della rete estera, provenienti da Canada, USA, Giappone, Danimarca, Svezia e Germania. Gli operatori coinvolti



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

avranno la possibilità di comprendere al meglio le produzioni locali tramite degustazioni e visite presso diverse cantine del territorio.

Si ricorda che il **mercato del biologico in Italia**, continua a rappresentare una grande risorsa per il Paese, con un valore di circa **5,474 miliardi di euro**. In Italia vi sono ben **92.799 operatori**, tra produttori, trasformatori e importatori. Le regioni in testa per numero di operatori biologici sono: Sicilia (15,2%), Puglia (12,3%) e Calabria (11,3%). Gli ettari coltivati bio ammontano invece a oltre 2,3 milioni, rendendo l'Italia terza sul podio europeo, dietro solo a Francia e Spagna, mentre **le coltivazioni bio rappresentano il 18,7% della superficie agricola (SAU) nazionale, nonché la percentuale più elevata in UE.**

L'export biologico Made in Italy osserva **un trend di crescita costante dal 2012 (+203%)**, con un'incidenza del 6% sul totale dell'export agroalimentare. L'incidenza diventa ancora più marcata nel caso del vino biologico, rappresentante l'8,5% sul totale dell'export vitivinicolo (Fonte dati SINAB e Agenzia ICE in collaborazione con Nomisma).

Per maggiori informazioni su Agenzia ICE è possibile consultare il [sito web](#).



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

Zero plastica, zero carta, zero moquette e mobilità a basso impatto: la ricetta di SANA Food per la sostenibilità

Tante le buone pratiche con le quali SANA Food si qualifica come evento sempre più concretamente green, nel solco dell'impegno di BolognaFiere a favore della sostenibilità ambientale e della responsabilità sociale.

Bologna, 11 febbraio – La sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale sono tra i temi di stringente attualità ai quali **SANA Food**, il nuovo concept di BolognaFiere sulla sana alimentazione fuori casa, vuole portare il proprio contributo, sia stimolando la riflessione e l'impegno della business community cui si rivolge, sia adottando alcune, buone pratiche.

In cima alle azioni con cui **SANA Food** riduce il proprio impatto ambientale, si segnalano i **servizi di ristorazione 100% plastic free**, caratterizzati da stoviglie e materiali monouso biodegradabili e da packaging in vetro e in alluminio per le bevande.

Non meno significativa è la decisione di **eliminare la moquette** dalle aree di pertinenza della manifestazione (Lab Academy, Cooking Lab, Buyers Lounge e Sala Stampa). Questo taglio si inquadra in un più ampio e ambizioso percorso verso una manifestazione interamente "carpet free", che minimizzi la produzione di rifiuti e semplifichi le operazioni di allestimento e disallestimento.

Sempre in quest'ottica, gli spazi espositivi saranno realizzati, per quanto possibile, con **materiali modulari**, progettati per ottimizzare le risorse e per facilitare le pratiche di riuso e di riciclo. L'allestimento del padiglione 18 di **SANA Food** ha il marchio "**CO₂ Neutral**" del Ministero dell'Ambiente e produce l'87% di CO₂ in meno rispetto a tipologie tradizionali.

Da segnalare, poi, che il **99,5% dei rifiuti** che saranno prodotti all'interno del Quartiere fieristico durante **SANA Food** sarà **recuperato**, selezionato e diviso per categoria, e infine reimmesso nel mercato come materie prime secondarie.

Senza dimenticare gli ingenti investimenti effettuati da BolognaFiere per ammodernare il Quartiere, che hanno portato a una **riduzione del 30% delle perdite nella rete idrica**, all'adozione di **sistemi di efficientamento energetico BMS** (Building Management System) e di impianti luce con utilizzo diffuso di **LED**.

Nella promozione di soluzioni responsabili e sostenibili rientra anche la **filosofia "paperless"** abbracciata da **SANA Food**, che punta a contenere il più possibile l'uso della carta prima, durante e dopo la manifestazione. Questo impegno si riflette nella digitalizzazione del materiale informativo: il tradizionale press kit, ad esempio, è stato sostituito da una funzionale, e sempre aggiornata, **eco-card con QR code**. Ogni cartolina è realizzata con carta ecologica e contiene semi dai quali possono germogliare fiori per le api, insetti impollinatori indispensabili alla sopravvivenza del nostro ecosistema.



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



23-25 FEBBRAIO FEBRUARY 2025

Inoltre, **SANA Food** favorisce la mobilità sostenibile: grazie alla convenzione con Trenitalia, i visitatori possono raggiungere Bologna con i treni **Frecciarossa** beneficiando di **sconti fino al 75%** rispetto al biglietto Base. L'offerta è valida per chi viaggia tra il 21 e il 26 febbraio 2025. Per usufruirne, il ticket deve essere acquistato non oltre le ore 24 del quinto giorno precedente la partenza del treno (il numero di posti a disposizione è limitato e variabile).

Ufficio stampa SANA Food

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 / 366 6659090

Web e Social media

www.sana.it
Linkedin.com/SANA
X.com/sanafiera
Facebook.com/sanabologna
Instagram.com/sanafiera
Youtube.com/BolognaFiere



BolognaFiere spa
Viale della Fiera, 20 - 40127 Bologna, Italia
Tel. +39 051 282111 - Fax +39 051 6374004
buindustry@pec.bolognafiere.it
Capitale sociale € 194.811.457,00 i.v.
C.F. - P.IVA e Reg. Imp. BO 00312600372 - REA BO367296

Show Office
Piazza della Costituzione, 5 - 40128 Bologna
Tel. +39 051 282842
sanafood@bolognafiere.it
www.sana.it



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: Valle Fiorita, 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*”.



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**.

BEING ORGANIC in EU: le attività in sintesi

Il progetto, in fase di attuazione, a febbraio 2025 ha quasi raggiunto il 3° anno di attività. Nei due mercati di riferimento (Italia e Germania) FederBio e Naturland hanno già ottenuto numerosi risultati e realizzato attività tra loro molto diversificate. Per quanto riguarda le



relazioni pubbliche, sono stati diffusi più di 25 comunicati stampa dedicati ai media italiani e tedeschi, oltre all'organizzazione di diverse conferenze stampa in Italia e Germania. Il progetto ha sviluppato un sito web dedicato in 3 lingue (italiano, tedesco e inglese) e canali di social media (Facebook, Instagram, YouTube e LinkedIn) in italiano e tedesco, per diffondere ampiamente le attività e i risultati del progetto. La diffusione dei contenuti online e offline è stata rafforzata attraverso specifiche campagne pubblicitarie (social adv, native adv e video adv, insieme a banner su newsletter e adv outdoor in occasione della fiera Biofach). Per quanto riguarda gli strumenti di comunicazione, FederBio e Naturland hanno sviluppato materiali promozionali da distribuire sia in versione digitale che cartacea ai pubblici di riferimento, e inoltre sono stati realizzati e promossi video promozionali su selezionate catene di valore del biologico (cereali biologici, vino, prodotti lattiero-caseari, miele, nonché per promuovere la biodiversità). Gli eventi per promuovere l'agricoltura biologica dell'UE tra i consumatori, gli operatori e i media rappresentano il fulcro del progetto BEING ORGANIC in EU: a tal fine, il progetto è presente con stand dedicati alle principali fiere italiane e tedesche del settore biologico (SANA, MARCA e Biofach); sono in corso di organizzazione seminari, workshop e cooking show e la sponsorizzazione di eventi in Italia (a Roma, Bologna e Milano, con l'obiettivo di informare e sensibilizzare i consumatori). Per coinvolgere i media e gli operatori, il progetto organizza degustazioni di prodotti biologici in ristoranti. I produttori, i trasformatori e i retailer di prodotti biologici vengono coinvolti attraverso l'organizzazione di study trips in Italia e Germania e incontri B2B. BEING ORGANIC in EU si rivolge anche alle famiglie e ai giovani consumatori attraverso "Safari biologici/bio tour" organizzati con il coinvolgimento di influencer direttamente nelle aziende agricole biologiche. Operatori e media sono i destinatari anche di "pranzi/cene tematiche" il cui obiettivo è promuovere i prodotti biologici e informare sulle loro caratteristiche. Il grande pubblico viene coinvolto nelle attività di divulgazione del progetto anche attraverso "Organic food trucks" itineranti e degustazioni gratuite nei punti vendita dei retailer in Italia e Germania. Il progetto è quindi concepito per realizzare una campagna promozionale e informativa a 360 gradi per far conoscere e sostenere l'agricoltura biologica dell'UE e le sue caratteristiche.



CARREFOUR ITALIA AL SANA FOOD DI BOLOGNA PER CELEBRARE IL BIOLOGICO, PILASTRO DELLA TRANSIZIONE ALIMENTARE

Carrefour Italia partecipa alla 36ª edizione di SANA, nel nuovo format SANA Food, per ribadire il proprio impegno nel rendere accessibili prodotti di alta qualità, sicuri e sostenibili, in linea con il rilancio di Act For Food e con l'ambizione di garantire la Transizione Alimentare per tutti.

Milano, 11 febbraio 2025 – **Dal 23 al 25 febbraio Carrefour Italia** sarà tra i protagonisti di **SANA Food**, il nuovo format in cui è evoluto **SANA, Salone Internazionale del Biologico e del Naturale**, in programma a Bologna, il più importante evento italiano b2b dedicato e mirato al comparto biologico, sostenibile e salutare.

Carrefour investe significativamente nella **filiera del biologico**, supportando agricoltori e produttori e offrendo una vasta gamma di prodotti biologici ai propri clienti. L'assortimento completo di Carrefour comprende articoli che includono sia **prodotti alimentari**, come quelli della linea **Carrefour Bio**, sia referenze non alimentari. A testimonianza del suo impegno per il biologico, il recente **rilancio di Act For Food** prevede obiettivi concreti: **Carrefour punta a diventare il marchio biologico più economico del mercato**, rendendo il bio più accessibile attraverso il rafforzamento del marchio Carrefour Bio e offrendo 50 referenze a meno di 1 euro.

La strategia aziendale continuerà a puntare anche in futuro sull'assortimento dei prodotti biologici, sulla valorizzazione delle eccellenze dei territori italiani con il marchio Terre d'Italia, e sulla promozione delle tecniche di produzione più sostenibili, con i marchi Filiera Qualità Carrefour. A livello di Gruppo, inoltre, Carrefour punta a raggiungere **8 miliardi di euro in prodotti** certificati entro il 2026, con il biologico come principale motore di questa crescita.

Questa strategia risponde alla crescente sensibilità dei consumatori verso un'alimentazione sana e sostenibile: uno studio recentemente realizzato da Carrefour Italia in collaborazione con SWG evidenzia che quasi la metà degli italiani acquista regolarmente prodotti biologici, considerandoli più sani (90%), più sostenibili a livello ambientale (89%) e sociale (86%), oltre che gustosi (83%).

SANA Food rappresenta l'occasione per un confronto tra diversi stakeholder del settore sul ruolo del biologico come elemento chiave di sistemi alimentari sostenibili e sull'importanza di sostenere i produttori di Bio. In linea con la propria missione di realizzare la Transizione Alimentare per tutti, Carrefour illustrerà il ruolo cruciale del biologico nella propria strategia, evidenziando come il rinnovato Act For Food punti ad assicurare l'accesso a cibo di alta qualità, sicuro, a un prezzo equo e alla portata di tutti.

Carrefour Italia opera nel settore della grande distribuzione in Italia con una rete multi-formato di circa 1.200 punti vendita* di cui circa 900 in franchising, nonché con servizi di spesa online e un approccio omnicanale in continuo sviluppo. Presente in Italia dal 1972, l'azienda è leader del franchising nella GDO, guidata da una piena focalizzazione sul cliente e da una costante propensione all'innovazione. Impegnata per valorizzare il Made in Italy agroalimentare, fa parte di Filiera Italia dal 2021 e nel 2023 ha favorito l'esportazione di prodotti italiani nel mondo per circa 1,15 miliardi di euro. Con l'obiettivo di favorire la transizione alimentare per tutti, porta avanti ogni giorno il programma "Act For Food", per offrire un'alimentazione di qualità a prezzi accessibili e dal 2023 è diventata Società Benefit. Impiega oltre 10.000 persone nella propria rete di punti vendita diretti, cui si aggiungono circa 8.000 collaboratori e collaboratrici dei punti vendita in franchising. Nel 2025 ha ottenuto per l'ottavo anno consecutivo il riconoscimento di Top Employer.

*Il numero comprende anche i Master Franchising di Etruria Retail
Per maggiori informazioni: www.carrefour.it LinkedIn Twitter



Per informazioni:

Carrefour Italia

Greta Bonsignore

greta_bonsignore@carrefour.com

Giovanni Fabbri

giovanni_fabbri@carrefour.com

APCO Worldwide

Ufficio Stampa Carrefour Italia

apco4carrefour@apcoworldwide.com

Elena Bonatti: +39 345 945 1760

Sofia Macchi: +39 347 587 4601

Gabriele Vita: +39 340 552 3055