



Un nuovo format e prodotti certificati

[DI GUIDO TREBBIA]

Il 2011 rappresenta una tappa importante nella vita del Sana, la manifestazione bolognese giunta alla sua 23ª edizione.

Sana 2011 infatti, che si terrà dall'8 al 10 settembre e riaprirà la stagione fieristica di BolognaFiere, avrà un format tutto nuovo in un'edizione dedicata al biologico certificato e al naturale, agli operatori professionali e a un pubblico specializzato.

[QUALITÀ E PROFESSIONALITÀ

«Qualità, professionalità e internazionalità – sottolinea nella sua introduzione **Duccio Campagnoli** – sono le linee guida della prossima edizione, una risposta alle richieste di un mercato che in questi anni è cresciuto e oggi esprime con forza la necessità di misurarsi con i mercati internazionali. Sono oltre 400 le aziende che parteciperanno alla manifestazione e quasi 40mila i metri quadri espositivi articolati in cinque padiglioni (uno in più del previsto).

Registriamo inoltre il ritorno in Sana della Grande distribuzione che, insieme ai canali specializzati, è artefice del successo del biologico in Italia. BolognaFiere in questi mesi ha scelto di reinvestire su Sana poiché pensiamo che il biologico e il naturale debbano avere una piattaforma fieristica, dedicata, professionale sia per l'alimentazione che per il benessere, aperta alla ricerca che produrrà grande innovazione proprio nelle biotecnologie e non fare il fratello minore inglobato nei grandi saloni generalisti

Torna in fiera
la gdo che, insieme
ai canali
specializzati,
è artefice
del successo
del bio in Italia

dell'alimentazione».

In Italia, nonostante la crisi, le vendite di prodotti biologici sono in continua crescita con un andamento positivo ininterrotto negli ultimi dieci anni.

I dati Ismea, che fotografano le vendite nella gdo, lo confermano segnalando nel primo quadrimestre 2011 un +11,5% per i prodotti confezionati. L'ortofrutta, che pesa per il 21,7% sulle vendite complessive segna un +9,2% in valore, più del doppio del +4,2% della crescita registra-

ta nel 2010.

[SETTORE COSMETICO IN ESPANSIONE

In forte espansione anche il settore dei prodotti cosmetici di derivazione naturale. «Questi prodotti – dichiara **Antonio Argentieri**, presidente del Gruppo vendite in erboristeria di Uni-pro/Confindustria – da anni registra un incremento superiore a quello del mercato cosmetico generale italiano, con una crescita del 5,5% (contro l'1,1% del mercato totale) per un valore di sell-out di oltre 365 milioni di euro (sul totale di 9.272) e si sviluppa sull'onda di un fenomeno sociale che cresce sempre più verso il verde, il rispetto dell'ambiente e il naturale».

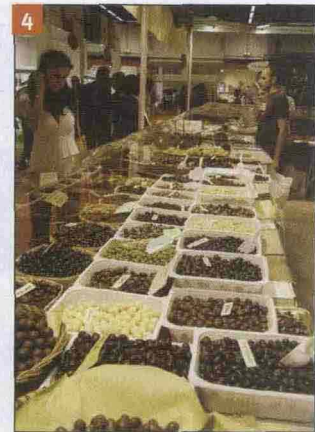
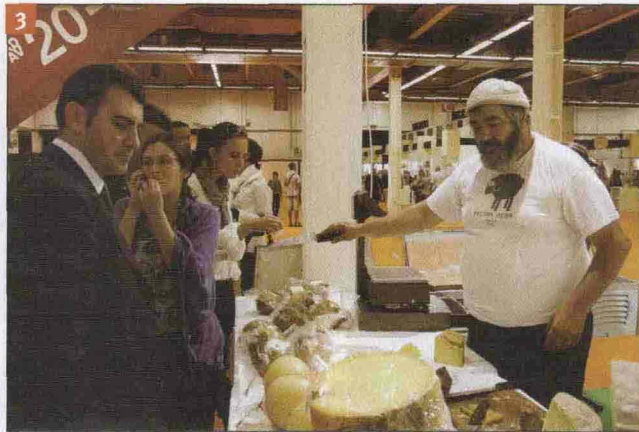
Il nuovo progetto di Sana è stato messo a punto in collaborazione con un Comitato promotore, formato dai rappresentanti delle principali associazioni dei produttori (FederBio, Confederazione italiana agricoltori, Confagricoltura, Federimpresa Erbe,

[1 - Sana è il punto di riferimento per gli operatori del biologico.

[2 - In Italia, nonostante la crisi, le vendite di prodotti bio sono in continua crescita.

[3 - Un assaggio al Sana.

[4 - Il nuovo progetto di Sana è stato messo a punto in collaborazione con un Comitato promotore.



Unipro, Assorbe, Siste, Fippo).

«Sana si conferma un appuntamento internazionale di rilievo – dichiara **Paolo Carnemolla**, presidente FederBio – e la partnership in atto fra FederBio e BolognaFiere è quella più qualificata per assicurare il successo dell'iniziativa. Sul versante internazionale un forte investimento ha l'obiettivo di portare a Sana 200 buyer esteri. In collaborazione con l'Ice è in corso una selezione di 200 operatori provenienti da paesi di sicuro interesse per espositori e operatori: Libano, Emirati Arabi Uniti, Usa e paesi dell'Est Europeo».

In parallelo, è in atto un'azione diretta rivolta soprattutto ai paesi dell'Europa occidentale (Francia, Germania, Spagna, Svizzera, Belgio e Olanda) per portarne in visita altri 200.

Pieno sostegno al nuovo progetto di Sana, è venuto da **Tibe-**

rio Rabboni, Assessore Agricoltura, economia ittica, attività faunistico-venatoria, Regione Emilia Romagna.

«Non solo l'Emilia-Romagna è la prima regione del centro nord per produzione biologica, ma è anche la prima in Italia per consumo, secondo l'ultima indagine BioBank. In Emilia-Romagna inoltre hanno sede alcuni dei principali gruppi produttivi nazionali ed europei. Né va dimenticato che siamo una delle realtà europee più vivaci, sul fronte della ricerca, per la riduzione dell'uso della chimica in agricoltura. Per tutti questi motivi – ha concluso Rabboni – sono certo che l'edizione di Sana 2011 si confermerà come un appuntamento importante e di grande interesse per gli operatori economici e per i consumatori, oltre che un'opportunità importante per l'ulteriore sviluppo del comparto».

[SANA 2011 Un salone ricco di novità

Due le aree espositive del Sana: il *Settore Alimentazione* dedicato esclusivamente ad aziende con *produzioni biologiche certificate* e il *Settore Benessere* rivolto alle aziende con *produzioni biologiche certificate e naturali*

a base di erbe officinali: integratori, alimenti, prodotti per la cura del corpo e di bellezza. All'interno di quest'area, "Spazio Officinale" proseguirà il suo dialogo con gli operatori attraverso workshop, lezioni, incontri, approfondimenti.

Una selezione di prodotti a basso impatto ambientale per la casa e per la vita quotidiana completerà la proposta di un benessere che pensa anche all'ambiente.

Un ricco calendario di convegni affianca la parte espositiva offrendo agli operatori occasioni di aggiornamento professionale e scambio di esperienze intorno ai temi cruciali attualmente oggetto di dibattito.

L'*Osservatorio sui consumi*, che da quattro anni affianca Sana con indicazioni sui cambiamenti delle motivazioni al consumo, presenterà ufficialmente i risultati di alcuni *focus group* che hanno indagato i fattori che determinano il comportamento di acquisto e le evoluzioni delle aspettative dei consumatori di prodotti biologici nella Grande distribuzione organizzata e nei canali specializzati. La ricerca è coordinata da **Guido Cristini**, professore di Economia e

gestione delle imprese dell'Università di Parma.

Nasce in questa edizione l'area *Sana novità*, dedicata ai nuovi prodotti messi sul mercato dopo il 1° ottobre 2010. Gli elementi di novità possono riguardare produzione, trasformazione, confezionamento e packaging, con particolare riferimento ai temi della sostenibilità ambientale. Saranno presentati in due distinte sezioni: Alimentazione e Benessere. I visitatori sceglieranno i prodotti migliori votando giovedì 8 e venerdì 9 e i risultati saranno resi noti sabato 10.

L'innovazione è anche protagonista di *Sana Award Benessere*. Sul palco le erboristerie che hanno saputo rispondere alla nuova domanda di salute e bellezza al naturale, intercettando le esigenze di consumatori sempre più informati e attenti.

Il Premio prenderà in esame: servizi per migliorare la gestione del punto vendita e il contatto col pubblico, vetrine capaci di comunicare, nuove modalità di accoglienza e ascolto, strumenti di comunicazione che affrontano temi legati al benessere e al ruolo dell'erborista.

Di nuovo la qualità al centro dell'attenzione in *Locale Bravo Bio*, un premio organizzato dalle riviste Ristoranti, Bargiornale e Pianetahotel del Gruppo 24 Ore, in collaborazione con Sana.

Potranno partecipare alla *prima selezione di locali Biofriendly* gestori, direttori e titolari di ristoranti, pizzerie, bar, hotel, che utilizzano (del tutto o in parte) prodotti biologici certificati e biodinamici.