

A Bologna dal 10 settembre il Sana, il salone dedicato all'agricoltura che rispetta la natura

Il biologico oltre l'alimentare

In crescita cosmetici, erbe medicinali e prodotti per l'infanzia

DI CARLO RUSSO

Rallenta, si stabilizza, ma nonostante il prezzo sia più alto della concorrenza non è investito dalla crisi.

Il biologico, secondo Coldiretti, ha chiuso il 2008 con +5% nei carrelli della spesa, +16% nelle mense, +18% negli agriturismi, +20% nei ristoranti (l'elaborazione è su dati Swg e Biobank). Quest'anno andrà peggio, non ci saranno crescite a due zeri ma la previsione è di consumi ancora in lieve aumento e il più grande salone italiano del biologico, Sana, che si terrà a Bologna dal 10 al 13 settembre, sancirà questa controtendenza. Così come metterà in mostra prodotti che non necessariamente sono da mangiare, come i cosmetici o le erbe medicinali.

Il rapporto (che sarà presentato nella giornata d'apertura) è stato affidato a **Giampaolo Fabris**: «Posso anticipare che i dati raccolti indicano un crescente interesse e favore nei confronti dei cosmetici naturali, che accomunano, agli occhi di chi li usa, alla specificità della funzione anche effetti terapeutici. Da segnalare più in generale il protagonismo nuovo di una domanda di eticità e di rispetto per la natura nei prodotti che si acquistano».

Ogni italiano ha speso lo scorso anno 35 euro in prodotti bio, al settimo posto al mondo (i più bio sono i danesi, seguiti dagli svizzeri).

A Sana («madrina» sarà **Malisa Laurito**) uno spazio importante avrà anche il settore bio equo-solidale, col marchio Alce Nero & Mielizia, che propone sul mercato pure i prodotti ottenuti dai terreni confiscati alla mafia. «Nell'ultimo anno siamo cresciuti del 25%», dice **Nicoletta Maffini**, responsabile del marketing della società. «Ci dà soddisfazione essere riusciti a far capire l'importanza dell'intreccio tra consumo e solidarietà».

Altra azienda di punta è Pro-bios, che importa anche prodotti

macrobiotici dal Giappone. «L'ultimo exploit», dice la responsabile marketing, **Elisa Favilli**, «è stato il premio ricevuto al Biofach di Norimberga da una nostra maionese dal gusto assolutamente tradizionale ma interamente naturale e colhesterol free».

Quanto a premi, ci sarà la vincitrice della medaglia d'oro di una singolare Olimpiade, quella del formaggio di montagna. **Cinzia Rosi** l'ha conquistata insieme al team del caseificio Santa Rita: «La nostra azienda, costruita in bioedilizia, produce Parmigiano reggiano biologico col latte di una mucca di razza particolare, la Bianca modenese».

Tra i protagonisti del Salone anche il leader italiano del bio, **Lorenzo Sassoli de Bianchi**, che è pure presidente di Upa (Utenti pubblicità associati) e del Museo d'arte moderna di Bologna (Mambo). Sassoli è il maggiore

azionista (e presidente) di Valsoia, il gruppo che produce biologico quotato a Piazza Affari, fatturato 2008 di 54,1 milioni di euro. Tra i nuovi prodotti: una bevanda di riso e lo yogurt gelato.

Al Sana sarà presentata pure la «geografia» dell'Italia biologica, composta da 1.645 aziende agricole, 208 mercatini, 1.114 negozi, 360 ristoranti e 1.178 agriturismi con menù biologici oltre a 110 siti specializzati per l'acquisto on line.

Anche le tematiche della comunicazione e del marketing saranno analizzate e discusse. «Il biologico per tutti passa attraverso la comunicazione e il convegno Bio-Tuo-Suo», dicono **Gabriella Bonvini** e **Stefania Consigli** (GB Studio), che curano la comunicazione di Sana, «esaminerà modalità e strumenti finora utilizzati per comunicare e promuovere i prodotti biologici guardan-

do oltre il recinto del mondo bio, verso quelle esperienze che hanno saputo affiancare ai buoni contenuti una comunicazione innovativa. A conclusione, la premiazione di Bio.Fare&Comunicare, un premio a cura di FederBio che darà un riconoscimento al prodotto più innovativo, al miglior packaging, alla campagna di comunicazione più efficace, al miglior servizio giornalistico su stampa, radio, tv e web».

Un esempio di marketing innovativo per il settore bio è quello della cantina Perlage di Soligo che sponsorizzerà alcune delle iniziative del prossimo Festival del cinema di Venezia offrendo il suo Prosecco biologico agli ospiti famosi e non.

A Sana vi saranno poi due mostre-evento: Sanakids (panorama di prodotti rivolti all'infanzia) ed Equolab (incentrata sui temi del Fair Trade nell'anno internazio-

nale delle fibre naturali, il cui utilizzo è in costante crescita e rappresenta ormai il quaranta per cento dei consumi di fibre).

Mentre il Giardino dei semplici si propone il rilancio delle erbe medicinali coltivate negli orti di città. Tra il 1400 e il 1500 in molte città e università fiorivano i giardini dei semplici dove gli studenti potevano studiare le piante, imparare a riconoscerle, preparare erbari. In omaggio a questa tradizione **Aldo Cibic** ne ha progettato uno in cui docenti e allievi degli atenei con specializzazioni in tecniche erboristiche e in cosmetologia mosterranno che scienza e tradizione sono alleate.



