



PROFESSIONE



Osservatorio • Economia • Formazione • Gestione

Esistono mercati indifferenti alla recessione e uno di questi è il biologico. Per conoscerne numeri e tendenze anche riguardo al fuori casa, il Sana di Bologna si conferma la "piazza" giusta dove incontrare fornitori, aggiornarsi professionalmente e visionare le novità

di *Claudio Bonomi*

La corsa del biologico non si ferma

Oggi il biologico è diventato uno dei punti di forza del "made in Italy" con numeri di tutto rispetto: nel 2012 risultano attivi quasi 50mila operatori biologici certificati per una superficie coltivata secondo il metodo biologico pari a 1.167.362 ettari, con una crescita complessiva, rispetto all'anno precedente, del 6,4% (fonte Sinab).

Con 1.096.000 ettari coltivati biologicamente l'anno scorso l'Italia risultava il secondo Paese produttore in Europa. Per chi avesse ancora dei dubbi sul "peso" di questo comparto ci sono anche i dati rilevati dal Panel famiglie Ismea/Gfk-Eurisko: nel primo quadrimestre 2013, la spesa bio risulta infatti in continua espansione, registrando un + 8,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. A tirare le fila di un settore che nonostante la crisi segna numeri positivi è il Sana, Salone Internazionale del Biologico e del Naturale, (Bologna, sabato 7 - martedì 10 settembre) che quest'anno celebra i suoi "primi 25 anni" di attività. Organizzato da BolognaFiere in collaborazione con



Tre appuntamenti da non perdere

Osservatorio Sana

STATISTICHE E TREND

Sabato 7 settembre (ore 14-17): l'appuntamento clou del giorno d'inaugurazione della fiera è quello dedicato all'Osservatorio Sana con il quadro completo delle informazioni sul biologico "made in Italy" in collaborazione con Sinab e Nomisma. Martedì 10 settembre (ore 14.30-16.30): da non mancare anche il convegno "La ristorazione collettiva biologica oggi, tra difficoltà economiche e nuove normative, e cambiamenti negli stili di consumo".

Sana Academy

FORMAZIONE

Sabato 7 settembre, lo chef Nicola Michieletto tiene un corso su "Il prodotto biologico nella cucina salutista". Domenica 8 settembre, Roberto Lobrano, docente della Carpi-giani Gelato University, si occupa di gelato bio, nutraceutico e funzionale, mentre lunedì 9 settembre, il barman Marco Dalboni presenta segreti e requisiti della caffetteria, della pasticceria e della mixability bio. L'iscrizione ai corsi è gratuita. Per gli orari consultare il sito www.sana.it

Bravo Bio 2013

WORKSHOP E PREMI

Lunedì 9 settembre (ore 10.30-13.00) è il giorno della consegna dei premi Bravo Bio dedicati ai locali del fuori casa che valorizzano con intelligenza e creatività la propria proposta biologica e/o biodinamica. L'evento, organizzato dalle testate Bargiornale, Ristoranti e Pianetahotel (Gruppo 24 Ore) in collaborazione con Sana, è introdotto dalla tavola rotonda "Menù biologici dal fuoricasa al web. Modelli di business, concept e storie di successo".

Federbio e con il patrocinio di Expo 2015 di Milano, accelera sul fronte della formazione e dell'aggiornamento professionale, ampliando rispetto alle edizioni passate il palinsesto dei corsi, tutti a ingresso libero. Ad esempio nel programma dedicato all'alimentazione, lo chef Nicola Michieletto tiene un corso su "Il prodotto biologico nella cucina salutista", mentre Roberto Lobrano, docente della Carpigiani Gelato University, si occupa di gelato

• • • • •
Sana 2013: ampliato il programma di corsi per professionisti

biologico e di gelato nutraceutico e funzionale. «Puntare sulla formazione - spiega Marco Momoli, direttore business Unit Cultura e Consumo di BolognaFiere ed exhibition director di Sana - significa espandere la piattaforma di opportunità che un operatore professionale può cogliere visitando la nostra manifestazione. Questo programma di corsi va sotto il "cappello" di Sana Academy e ha l'obiettivo di tenere vivo il rapporto con gli operatori tutto l'anno. Ad esempio - prose-



gue il manager - i primi corsi di Sana Academy sono partiti lo scorso giugno in due piazze importanti come Roma e Milano e sono stati indirizzati a due target strategici per il Sana come quelli dei ristoratori e degli erboristi». Che il fuori casa rimanga un mercato chiave per il salone bolognese lo conferma anche il lancio della nuova edizione, la terza, dell'iniziativa Bravo Bio che premia i locali che si sono distinti maggiormente nella valorizzazione di menù o iniziative legate al bio. Un evento introdotto dalla tavola rotonda "Menù biologici dal fuori casa al web". Tra i temi di discussione in programma il progetto Bio Gourmet, disciplinare dedicato alla ristorazione bio promosso da Confefercenti Emilia Romagna.

700 incontri b2b

L'anno scorso la manifestazione ha accolto oltre 450 espositori e registrato 27.045 visitatori con un incremento di circa il 10% delle presenze estere. L'obiettivo che si sono dati gli organizzatori è quello di migliorare la già soddisfa-

IL MANAGER



MARCO MOMOLI
 Direttore business unit Cultura e Consumo di BolognaFiere e exhibition director di Sana. 51 anni, sposato con tre figli, è in BolognaFiere dal 1991. Il suo obiettivo è consolidare la leadership di Sana, conferendogli un profilo sempre più internazionale.

impegno sul fronte dell'internazionalizzazione sarà molto forte. In particolare, in collaborazione con il ministero per lo Sviluppo Economico, ospitiamo una delegazione di una ventina di buyer ed operatori sud coreani, per i quali verranno organizzati incontri b2b con aziende italiane dei settori dell'agroalimentare biologico e della cosmetica naturale. A tal proposito, l'anno scorso la nostra buyers lounge ha ospitato oltre 100 buyer esteri e organizzato circa 700 incontri d'affari tra delegazioni straniere e operatori italiani, un risultato davvero straordinario».

Un grande bio store

Infine, tra le novità assolute dell'edizione 2013, c'è il Sana Shop: un bio store di oltre 1.000 mq nel quale esclusivamente gli espositori di Sana possono vendere i loro prodotti, soddisfacendo così una richiesta che nelle scorse edizioni si era fatta via via sempre più insistente da più parti. Un'iniziativa che conferma la doppia anima vincente di Sana: b2b e consumer. ○

cente performance dello scorso anno. «Il biologico cresce a dispetto della crisi - aggiunge Momoli - e questo è un trend che vale anche per il Sana. Siamo fiduciosi perché il mercato sta dando prova di una straordinaria vitalità, soprattutto il settore agroalimentare. In più anche quest'anno il nostro

49.709
 il numero degli operatori biologici certificati in Italia
 (fonte Sinab)

+8,8%
 aumento spesa bio nel primo quadrimestre 2013
 (fonte Ismea/Gfk-Eurisko)