

Formazione e informazione nella vetrina di Sana 2013

Appuntamento con l'evento dedicato al bio, con un occhio alle esigenze del consumatore, uno al rapporto con la distribuzione e uno agli sbocchi esteri

■ di Elena Giordano

Se il consumatore di prodotti biologici, nonostante la crisi, non diminuisce la propria spesa, anzi, l'aumenta, è facile immaginare che il settore abbia ancora potenzialità inesprese. Potenzialità che verranno esplicitate compiutamente in occasione di Sana 2013, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale che si terrà a Bologna dal 7 al 10 settembre.

L'evento, che giunge quest'anno alla sua venticinquesima edizione, è composto da appuntamenti e occasioni di approfondimento e confronto, sia per gli operatori, che per i visitatori. La fiera è organizzata in tre settori espositivi, Alimentazione, Benessere, Altri prodotti naturali.

Il bio chiamato a raccolta

Si sta parlando, nel caso del nostro Paese, di un comparto del biologico composto -secondi i dati **Sinab**, Servizio d'Informazione Nazionale sull'Agricoltura Biologica istituito dal Ministero delle Politiche Agricole- da 50.000 operatori bio, per 1.096.000 ettari coltivati in maniera biologica. Numeri importanti, che consentono all'Italia di presentarsi come secondo Paese produttore bio in Europa. Come ogni anno Sana, organizzato da **BolognaFiere**, in collaborazione con **Federbio**, con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali e di **Expo 2015** di Milano, e il supporto di **Ifoam** (Federazione Internazionale dei



DUCCIO CAMPAGNOLI
presidente
BolognaFiere

Movimenti per l'Agricoltura Biologica) presenterà al mondo del biologico i dati del settore, grazie all'Osservatorio curato da **Nomisma**, che quest'anno approfondirà il legame tra il settore e il canale della distribuzione e indagherà il rapporto tra il consumatore italiano e i prodotti naturali e biologici

non alimentari.

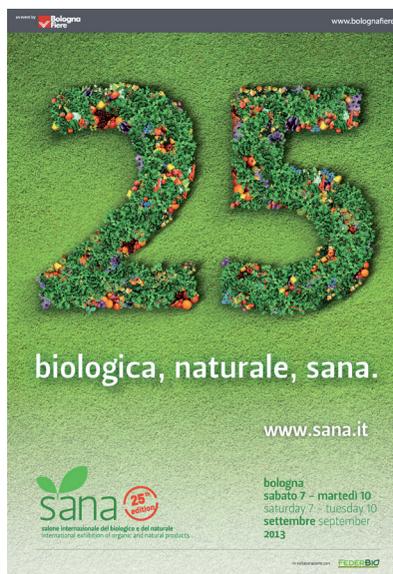
Sana è poi un insieme di convegni e momenti formativi dedicati alla comunità scientifica e ai medici, programmati dalla **Fondazione Istituto di Scienze della Salute**. Di rilievo è anche **Sana Academy**, serie di appuntamenti dedicati alla for-

mazione e all'aggiornamento professionale rivolti a operatori e a visitatori, che approfondiranno due contenuti: salute e cura della persona, alimentazione biologica. La novità, per l'edizione 2013, è però rappresentata dal **Sana Shop**, ossia da uno spazio dedicato, e allestito da **BolognaFiere**, interno ai padiglioni della fiera, nel quale i singoli espositori possono vendere i loro prodotti. In questo modo l'evento unisce all'aspetto prettamente divulgativo la possibilità, per i visitatori, di acquistare i prodotti che hanno appena visionato tra gli stand.

Filo diretto con la Corea del Sud

Sana è anche l'occasione per far emergere le best practice del settore. Nello specifico, l'evento fieristico propone il premio Sana Award Benessere, dedicato alle migliori esperienze delle erboristerie che hanno saputo innovarsi. Stesso spirito è quello del premio **Bravo Bio**, ideato da **Bargiornale, Ristoranti - Imprese del Gusto e Pianetahotel** de **Il Gruppo 24 Ore** in collaborazione con Sana per valorizzare i locali della ristorazione e caffetteria che hanno scelto di sposare la filosofia bio.

Per aumentare, infine, il raggio d'azione delle imprese biologiche del nostro Paese, Sana diventa vetrina espositiva per le aziende che vogliono sviluppare il proprio export in Corea del Sud. Allo scopo saranno presenti in fiera buyer di quel Paese. L'iniziativa è promossa dal Ministero dello Sviluppo Economico in collaborazione con **FederBi**, **FederAlimentare** e **BolognaFiere**. •



La venticinquesima edizione è strutturata in tre settori espositivi: Alimentazione, Benessere, Altri prodotti naturali

A OGNUNO IL SUO FORMAT

Caffetteria, ristorazione ed emporio: sono tre i canali commerciali mediante i quali i veri prodotti italiani sbarcheranno sui mercati internazionali grazie al progetto True Italian International. Si tratta di tre tipologie di locali che rispondono ad altrettante categorie di consumi. Il *True Italian Espresso* è un piccolo bakery caffè di 40 metri quadrati, con un'offerta di caffetteria, dolci e salato. *True Italian Ristorante* è un locale 100% made in Italy con una superficie di 400 metri quadrati e all'interno uno spazio di 50 metri quadrati come un piccolo negozio nel quale i clienti potranno acquistare i prodotti utilizzati in cucina e serviti nel ristorante. Infine c'è *True Italian Emporio*, uno shop con un'offerta di prodotti alimentari e di attrezzi per la cucina e la casa, tutti rigorosamente made in Italy. Ma True Italian International ha concepito anche un quarto format, più impegnativo: è *True Italian Casa Italia*, si sviluppa su una superficie superiore ai 1.100 metri quadrati e comprende al suo interno tutti gli altri tre format di True Italian.



Keyword

BTU

British thermal unit (BTU) è un'unità di misura dell'energia, usata negli Stati Uniti e nel Regno Unito (dove è generalmente usata nei sistemi di riscaldamento).