



A Bologna, gli operatori del settore bio si incontrano per presentare le novità e fare il punto sul buon andamento del mercato

Sana, il biologico italiano in fiera

■ di **Elena Giordano**

Gia da tempo il biologico non è più una “nicchia” di un mercato più ampio. È una tendenza forte e radicata, con numeri importanti: nel 2012 il giro d'affari relativo al consumo dei prodotti biologici nell'Unione Europea è stato pari a 21,8 miliardi di euro (fonte: Bolw - Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft, 2014). In Italia il valore delle vendite di alimenti biologici ha superato i due miliardi di euro (+7% rispetto al 2011). In pratica, il nostro Paese è oggi il quarto mercato per valore dei consumi di alimenti bio all'interno dell'Unione. Mercato che tra l'altro non ha per nulla risentito della crisi economica, che ha invece pesantemente disturbato altri settori. Anche per questo motivo Sana, il 26° Salone Internazionale del Biologico e del Naturale (Bologna, quartiere fieristico, 6-9 settembre) diventa un evento di riferimento sia per gli operatori del settore che per tutti coloro che desiderano approfittare della “buona salute” del biologico per esplorare nuovi canali

di business. Organizzata da **BolognaFiere** in collaborazione con **FederBio**, l'edizione 2014 di Sana si conferma ricca di appuntamenti e novità. Innanzitutto la disposizione: l'evento è diviso in padiglioni dedicati all'alimentazione, al benessere e ai prodotti naturali (arredamento, abbigliamento, pulizia).

Spazio è riservato ai momenti formativi, composti da seminari e convegni. Veri e propri congressi medici, organizzati dalla Fondazione Istituto di Scienze della Salute, si dedicheranno invece alla prevenzione e al mantenimento della salute, con particolare riferimento agli alimenti e al loro ruolo nella salute delle persone che vivono il tempo attuale.

Sana Academy

Sana ha costruito una piattaforma di corsi, fruibili nei mesi antecedenti e successivi la manifestazione: si tratta degli appuntamenti di Sana Academy, che ha previsto lezioni in diretta streaming e in aula, dedicate ad approfondire temi quali la vendita di prodotti in nuovi canali, la pubblicità, la cucina e gli alimenti bio nel-

le mense scolastiche. Anche quest'anno, proprio per consentire a operatori, visitatori e stampa di attingere a dati aggiornati, BolognaFiere ha incaricato **Nomisma** di redigere l'Osservatorio, che analizza la trasformazione del comportamento del consumatore italiano di prodotti biologici e l'andamento del mercato: l'indagine studierà il consumo di biologico da parte delle famiglie (che cosa acquistano, quando e quanto, in quale canale - grande distribuzione organizzata, negozi specializzati, aziende produttrici, siti online quali prodotti preferiscono). L'indagine viene presentata in anteprima durante il convegno del 6 settembre.

Buyer dalla Corea del Sud

Prosegue infine anche quest'anno la relazione con la Corea del Sud, iniziata lo scorso anno, dedicata alla promozione dei prodotti italiani agroalimentari e della cosmesi biologica e naturale in quel Paese: in fiera sarà presente una delegazione dei più importanti buyer sudcoreani che parteciperanno agli incontri business to business con gli espositori.