

SUCCESSO PER SANA

47.221 VISITATORI AL SALONE INTERNAZIONALE DEL BIOLOGICO E DEL NATURALE

**833 espositori (+19%), 50.000 mq di rassegna (+ 30%),
più di 60 gli appuntamenti tra convegni, workshop e presentazioni delle aziende,
2.300 incontri b2b con i buyer internazionali in arrivo da 27 Paesi.**

Bologna, 12 settembre – SANA cresce nei numeri, nell’assortimento, nell’interesse di operatori e pubblico. Si chiude oggi il Salone internazionale del Biologico e del Naturale con risultati eccellenti anche in termini di pubblico: sono stati 47.221 i visitatori che da venerdì 9 settembre hanno visitato SANA per conoscere e acquistare il meglio della produzione bio e naturale italiana e internazionale nei settori dell’Alimentazione, della Cura del corpo e del green lifestyle.

I 5 grandi padiglioni di SANA 2016 sono stati il punto di riferimento del comparto, confermando l’evento come primo appuntamento in Italia e secondo in Europa; il luogo privilegiato di incontro fra Istituzioni, Enti, Associazioni, produttori, buyer e consumatori.

Un trend emerso anche dalla ulteriore forte qualificazione dei visitatori della manifestazione operatori professionali italiani ed esteri, interessati a individuare occasioni di business per un settore in forte espansione e nel quale il made in Italy è fra i protagonisti.

SANA 2016 si è aperta alla presenza di **Andrea Olivero, Vice Ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali** che ha ribadito come gli obiettivi del piano strategico nazionale siano in linea con le istanze degli operatori: la semplificazione normativa, la revisione del sistema di controllo, l’allocazione di maggiori risorse al biologico coordinando gli incentivi dei piani di sviluppo regionali, azioni sulle politiche di filiera e sull’interprofessionalità, focus su formazione e ricerca e interventi per la promozione del Made in Italy all’estero. “Il Governo – ha chiarito - agirà con coerenza e determinazione per gestire al meglio la crescita, trasformando anche i rischi connessi ad una crescita tumultuosa in una grande opportunità”.

“Condividiamo il successo di SANA 2016 con i suoi protagonisti – ha dichiarato Antonio Bruzzone, Direttore Generale BolognaFiere - gli espositori, gli operatori e i nostri partner ci hanno supportato nell’impegno: Federbio per la collaborazione strategica, i Ministeri dell’Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare e delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali per gli importanti patrocini, Cosmetica Italia per il contributo; IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) e ICE (Agenzia per la **promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**), per il sostegno al programma buyer e le istituzioni locali, da sempre sensibili al tema del biologico e naturale”.

Al convegno inaugurale il **direttore generale di BolognaFiere, Antonio Bruzzone**, ha annunciato l’iniziativa a favore delle popolazioni colpite dal recente terremoto che prevede la devoluzione di 1 € per ogni biglietto di ingresso venduto a prezzo intero. Un gesto concreto di solidarietà nel solco

della filosofia della manifestazione, che ha al centro la salute e il benessere delle persone e la tutela dell'ambiente.

Il Salone, in questa edizione 2016, è stato ancora più grande: 833 le aziende (+19% sul 2015); 50mila mq (+30%) di superficie espositiva e una più forte presenza dei buyer internazionali in arrivo da 27 Paesi (+ 29%) che hanno dato vita a oltre 2.300 incontri B2B.

Sono stati circa 4.800 i partecipanti all'intenso programma culturale che si è articolato negli oltre 60 convegni, nei tre incontri dell'Academy e nei numerosi appuntamenti organizzati dalle aziende, dalle associazioni e dagli enti di categoria che hanno sviluppato le tematiche di maggiore attualità e interesse.

Migliaia le referenze esposte nei tre comparti: alimenti biologici, freschi e confezionati, tecnologie, attrezzature e imballaggio per il comparto food e l'agricoltura, piante officinali, trattamenti, prodotti dietetici, integratori e alimenti speciali a base naturale, prodotti e attrezzature per la cura della persona, servizi, tessuti e articoli naturali per hobby e tempo libero, proposte per l'abitazione ecologica, tecnologie e prodotti ecocompatibili per la casa e per la vita in generale. Ricchissimo anche l'assortimento di SANA Shop la grande area di vendita aperta al pubblico.

Il trend di crescita di SANA segue la tendenza del mercato come illustrato nel giorno inaugurale, alla presenza tra gli altri di Andrea Olivero, Vice ministro delle Politiche agricole, alimentari e forestali, nell'Osservatorio SANA-ICE 2016 "Tutti i numeri del Bio" promosso e finanziato da ICE in collaborazione con BolognaFiere e realizzato da Nomisma con il patrocinio di FederBio e AssoBio. La ricerca ha messo in evidenza che 7 famiglie su 10 (circa 18 milioni di nuclei familiari) hanno acquistato una volta nell'ultimo anno almeno un prodotto biologico e che tutti gli indicatori più importanti sono in crescita: superfici (+7,5% rispetto al 2014), operatori (+8,2% rispetto al 2014), vendite (+15% rispetto al 2014). Ma non è solo il mercato interno ad ottenere ottimi risultati: l'export cresce addirittura del +408% rispetto al 2008 e del +16% rispetto a un anno fa.

Risultati importanti anche sui canali online di SANA, premiati dagli utenti sempre più fidelizzati alle iniziative e ai servizi digitali offerti: le sessioni di visita del sito SANA sono aumentate del **20%** rispetto alla scorsa edizione (con oltre **52.000 visite** nei soli giorni di fiera); **+ 14%** di utenti unici, **+ 21%** di pagine viste, con picchi di oltre **17.000** utenti unici al giorno (+45%).

Particolarmente vivace l'attività su **Facebook** SANA che ha raggiunto quota **16.000 fan**, allineandosi ai competitor internazionali (+53% su anno precedente); +5.300 nuovi like solo per l'edizione 2016, di cui 1.400 la settimana dell'evento con una copertura totale di **1.842.461** (+75% su 2015). 3.443 i followers di **Twitter** (+75% su 2015), **792.828** visualizzazioni nell'ultima settimana con una media di **74.435** al giorno, oltre 4.200 i tweet pubblicati e più di 2.000 i tweet e le menzioni con hashtag ufficiali.

Tra le iniziative, boom per partecipazione degli espositori e riscontro del pubblico il Premio **Sana Novità**, la vetrina in cui sono stati esposti gli oltre 500 prodotti inviati dalle aziende fra quelli lanciati sul mercato a partire da ottobre 2015.

Sana Novità ha premiato: Granomela di Baule Volante per il settore Alimentazione bio, Baciambio di Montalto Bellezza Bio per la Cura del Corpo naturale e bio, il Dissuasore BioDinamico per Oidio della Vite di Agri.Bio. Piemonte per il green lifestyle.

Il voto delle sei blogger ufficiali della manifestazione, invece, ha premiato Cacao Crudo con la Crema nocciole e cacao, Le Erbe di Janas con la Maschera idratante fico d'india e zafferano e le Ecotazze in bambù prodotte da Eco Coffee Cup e distribuite da Fior di loto. Ai vincitori è andato premio dello sponsor BIORFARM, ovvero l'adozione di un albero da frutta biologico con il raccolto di un anno.

Moltissime, infine, le occasioni di incontro con l'esperienza bio anche in città che hanno coinvolto tantissimi cittadini con le due iniziative organizzate da Eco-Bio Confesercenti - SANA CITY dal 9 al 18 settembre con più di 160 iniziative - e da Confcommercio-Ascom Bologna - "Una giornata sana" e la "Notte Bianca del bio" di sabato 10 settembre con la partecipazione di più di 40 fra ristoranti ed esercizi di Bologna e dei comuni limitrofi che hanno proposto per l'occasione un piatto con ingredienti biologici e degustazioni speciali.

Tra i partner e gli espositori la soddisfazione è grande per quattro giorni di lavoro e confronto.

Paolo Carnemolla, Presidente di Federbio: Il successo della manifestazione è evidente, la riorganizzazione degli spazi è sicuramente positiva. Il biologico sta attraversando una fase di crescita assoluta e questo spiega anche i numeri di SANA".

Antonio Argentieri, Presidente Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia: "Il SANA è la fiera di riferimento per il Gruppo Cosmetici Erboristeria di Cosmetica Italia. L'opinione su questa edizione è molto positiva, sia sulla nuova dislocazione degli spazi, sia sull'affluenza di pubblico".

Roberto Zanoni, Presidente di Assobio: "SANA è un appuntamento fondamentale per il settore del biologico a cui AssoBio tiene molto da sempre; assistiamo con grande piacere alla forte ripresa e al rinnovato interesse da parte di buyer stranieri, operatori e consumatori. In Italia dove c'è l'abitudine di dire che "va tutto male", una cosa che va bene c'è ed è il biologico, in linea con la diffusione sempre crescente dell'attenzione per uno stile di vita più sano e rispettoso dell'ambiente".

Fabrizio Piva, Amministratore delegato di CCPB: "Il SANA si conferma punto di riferimento per il biologico italiano. E' il luogo perfetto dove i consumatori possono conoscere nuovi prodotti e aziende, informarsi sui valori e la certificazione del bio, e gli operatori possono incontrarsi, dialogare e fare affari".

Paolo Tramonti, amministratore unico di Bios Line: "Veniamo da vent'anni al SANA, per noi è l'evento in cui presentare le nostre novità, sia nell'area fitoterapica che in quella cosmetica. La partecipazione a SANA è importante perché la manifestazione è il punto di riferimento di tutta la filiera del mercato dei prodotti naturali".

Egidio Siena Presidente di Lacote/Guam: “Torniamo al SANA dopo dieci anni e siamo molto soddisfatti della nostra partecipazione, la manifestazione ha avuto un pieno rilancio e rappresenta un punto d’incontro molto importante per il nostro business. L’intenzione è di tornare per la prossima edizione”.

Grande soddisfazione anche fra i delegati esteri per l’attività svolta nei quattro giorni della manifestazione.

Ms. Isabelle Aubert, Canada - IMPORTATION TRIBECA: “Una manifestazione molto ben organizzata. A SANA ho trovato molti prodotti e molte aziende di qualità”.

Mr. Nedeljko Petkovic, Bosnia Erzegovina - - BIOMEDIC DI BANJA LUKA: “Colgo l’occasione per complimentarmi con l’ottima organizzazione di SANA e di ITA – Italian Trade Agency: ottime le opportunità e preziosi gli incontri b2b.”

Mr. Hiroshi Kyo, Giappone - YOUKI TRADING.CO.LTD: “Sono qui in Fiera per la prima volta e non immaginavo che ci fossero così tanti prodotti interessanti per il mio business..”

Ms. Nasiescu Anna, Russia - OOO BUONAPPETITO: “Ho trovato tanti prodotti interessanti e ho potuto prendere contatti con nuovi produttori. L’organizzazione è stata impeccabile, conto di tornare anche l’anno prossimo”.

Dino Borri, USA - Director Eataly USA: “Eravamo già stati al SANA ma questa sembra un’edizione da record. Incontri b2b e prodotti interessanti per la nostra rete di negozi sempre in espansione negli Stati Uniti; il viaggio è stato positivo, torneremo sicuramente l’anno prossimo”.

Ms. Sun Xiaowan, CINA - GLORY WORLD BEIJING TRADING CO. LTD.: “Conoscere così tante aziende e scoprire una tale varietà di prodotti biologici e naturali è stata una grande opportunità”.

Per informazioni

Ufficio Stampa SANA

Absolut eventi&comunicazione
Mariagrazia Lioce - Sara Telaro
ufficiostampa@absolutgroup.it
tel. 051 272523 - 340 9214636

Ufficio stampa BolognaFiere

Gregory Picco
gregory.picco@bolognafiere.it
tel. 051 282862 - 334 6012743

Sito web – nuova release

www.sana.it

Hashtag ufficiali di manifestazione

#SANA16
#SANAexperience
#BloggerForSana

Canali social

[Facebook.com/sanabologna](https://www.facebook.com/sanabologna)
[Twitter.com/sanafiera](https://twitter.com/sanafiera)
[Youtube.com/BolognaFiere](https://www.youtube.com/BolognaFiere)
[Instagram/Sana_fiera](https://www.instagram.com/Sana_fiera)

Hashtag tematici

#SANAfood
#SANAwellbeing
#SANAlifestyle