

# Il biologico in cattedra *detta le nuove tendenze*

Tra start-up al debutto, *show cooking* e specialità artigianali di alta qualità, **l'edizione 2016 del salone bolognese ha confermato la vitalità del comparto**

**P**er quattro giorni la fiera Sana – dal 9 al 12 settembre scorsi a Bologna – è stata specchio fedele del biologico italiano, rappresentandolo nel suo vero ruolo, ovvero come “opportunità strategica per il Paese”, come recitava il titolo del convegno di apertura. E lo ha rappresentato al meglio, in tutta la sua biodiversità. Non solo con le aziende storiche, che il salone l'hanno fatto nascere e crescere e che sono tuttora protagoniste della manifestazione bolognese, ma anche con le start-up, con i colossi agroindustriali che diversificano il proprio business, con le piccole-medie imprese che lanciano la nuova gamma bio.

Un Sana, dunque, pienamente adulto e con i numeri giusti: 833 espositori (+19% rispetto al 2015), 50mila metri quadri di area espositiva (+30%), oltre 47mila visitatori, 2.300 buyer internazionali da 27 Paesi, 60 appuntamenti tra

convegni, workshop e presentazioni con 4.800 partecipanti, oltre 500 prodotti nell'area Sana Novità. E infine il riverbero in città, con i 160 appuntamenti di Sana City.

Nei due lunghi padiglioni vetrati (il 25 e il 26), allineati e gemelli, c'era finalmente tutta l'alimentazione bio, alla luce del sole. Il benvenuto al padiglione 26 con Baule Volante, nuova immagine aziendale ispirata ai disegni delle fiabe come suggerisce il nome. A seguire il biomerco NaturaSi con i banchi colorati di oltre 160 produttori biologici e biodinamici, fornitori del distributore veneto EcorNaturaSi. Per conoscere da vicino i produttori, per fare la spesa, per seguire gli eventi.

Al padiglione 25 invece, grande ritorno di Granarolo che ha scelto Sana per il debutto della nuova linea “Granarolo Biologico”. Superata la logica del marchio di fantasia, l'azienda punta

**ROSA MARIA BERTINO**  
Bio Bank

*A Sana 2016 ha debuttato lo spazio Freedomhome dedicato ai prodotti dell'economia carceraria*



Bio Bank/Emanuele Mingozzi



*L'area dedicata alle novità con oltre 500 prodotti presentati dalle aziende espositrici*

alla massima riconoscibilità. A latte e uova, già presenti sul mercato, si aggiungono ora stracchino, mozzarella e yogurt. Tutti prodotti esclusivamente con latte 100% italiano proveniente dagli allevatori della filiera Granlatte, controllata direttamente dal gruppo bolognese. La conversione al bio è frutto degli investimenti degli allevatori, a fronte di un maggior guadagno, e del sostegno dei Piani di sviluppo regionali.

### *La partecipazione di giovani talenti*

Presente per la prima volta a Sana un'area dedicata ai giovani talenti del bio sotto l'hashtag #talentidacoltivare.

Dieci gli imprenditori agricoli under 40 vincitori del bando del Ministero dell'Agricoltura per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali nel 2016. Un bel segnale del Mipaaf, una buona iniziativa, in collaborazione con Ismea. Il futuro del settore si costruisce anche così, premiandone dieci per incentivarne mille sulla strada del bio.

E ha debuttato all'ultimo Sana anche lo spazio Freedhome ([myfreedhome.it](http://myfreedhome.it)), dedicato ai prodotti dell'economia carceraria. Alimenti artigianali di alta qualità come la pasticceria a base di mandorle de L'Arcolaio dal carcere di Siracusa, i torroni di Sprigioniamo Sapori da Ragusa e Catania, le specialità di Banda Biscotti da Verbania, i cosmetici di Rio Terà dei Pensieri prodotti con le erbe coltivate nell'orto biologico del carcere femminile della Giudecca, a Venezia. Cooperative che svolgono un ruolo sociale importantissimo, perché il lavoro non può certo cancellare il passato, ma cambia le persone e il loro futuro, riducendo in modo drastico la probabilità di tornare in carcere.

Non sono mancati gli *show cooking*, come quello sulla cucina bio-veg con la conduttrice televisiva e dj vegana Paola Maugeri nello spazio del distributore fiorentino Probios o quello sulla cucina vegetale con lo chef d'alta cucina naturale Simone Salvini nello spazio del gruppo bolognese Alce Nero.

## UN MERCATO CHE CRESCE A DOPPIA CIFRA (+15%)

L'identità di un settore si riconosce anche dalla capacità di "dare i propri numeri", strumento indispensabile per gli operatori, per valutare le opportunità sul mercato interno e su quelli internazionali. Tra i molti ruoli di Sana va riconosciuto anche questo: quello di essere diventata nel tempo la migliore vetrina, non solo per i prodotti, ma anche per i dati del bio *made in Italy*. Sia attraverso l'Osservatorio Sana, promosso da Igea in collaborazione con BolognaFiere e curato da Nomisma, con il patrocinio di FederBio e AssoBio, sia attraverso le altre indagini che al salone vengono presentate.

Ecco allora i dati strutturali sul settore elaborati da Sinab, il Servizio di informazione nazionale sull'agricoltura biologica che fa capo al Ministero delle Politiche agricole. Sono dati molto positivi: le superfici bio sono cresciute del 7,5% nel 2015 rispetto all'anno precedente, arrivando a quota 1,5 milioni di ettari, con un'incidenza della Sau (Superficie agricola utilizzata) convertita al bio del 12% su quella totale. Un record per l'Italia. Nello stesso arco di tempo e di pari passo sono cresciuti anche gli operatori (+8,2%), arrivati a 60.000 unità.

La crescita più sostenuta riguarda però la domanda che, secondo dati Nielsen-Assobio, ha superato quota 4,3 miliardi di euro nel 2015: 1,65 sui mercati esteri, più di 2,3 miliardi di euro sul mercato nazionale con le vendite al dettaglio, oltre a 343 milioni con la ristorazione. E mentre le vendite di prodotti bio al dettaglio sono cresciute del 15% nell'ultimo anno, quelle degli alimentari generici

sono cresciute appena dell'1,3%. Anche per l'export l'incremento è del 15% nell'ultimo anno. Ma se guardiamo a un periodo più lungo, dal 2008 al 2015, l'incremento è stato del 408%, contro il 40% dell'intero comparto agroalimentare. Ancora: ecco i dati Ismea su consumi e prezzi nel mercato nazionale, che evidenziano una crescita delle vendite nella grande distribuzione dell'11% medio annuo tra il 2010 e il 2015.

L'Osservatorio Sana ha poi tracciato le tendenze sul mercato interno. Il tasso di penetrazione del biologico è passato dal 53 al 74% nel periodo 2012-2016. Il carrello della spesa vede sempre al primo posto frutta e verdura, poi olio extravergine di oliva, uova, miele, confetture e marmellate, formaggi freschi, yogurt e burro, riso e pasta. Le prime tre motivazioni d'acquisto per i prodotti bio sono la sicurezza per la salute, il rispetto dell'ambiente, i maggiori controlli. Facile capire perché l'offerta bio sugli scaffali dei supermercati sia aumentata del 26% nell'ultimo anno. Come conferma il Rapporto Bio Bank 2016, che ha rilevato la punta dell'iceberg, ovvero le referenze bio con la marca dei supermercati, passate dalle 600 del 2001 alle 2.300 del 2015. E ha inoltre evidenziato la crescita dell'*e-commerce* di alimenti bio (+71%) e dei ristoranti bio (+69%) nel periodo 2011-2015. Sono solo alcuni dati sfilati dalle indagini dettagliate disponibili sul sito [www.sana.it](http://www.sana.it), alla voce "Iniziativa, Osservatorio Sana" e su [www.biobank.it](http://www.biobank.it) alla voce "Pubblicazioni, Rapporto Bio Bank 2016".



Giovani talenti del bio riuniti a Sana sotto l'egida del Mipaaf, in collaborazione con Sinab

## Le novità in vetrina nel quadriportico

Nel quadriportico, tutto in giallo, lo spazio Sana Novità. È stato questo il baricentro della fiera, il luogo dove si è potuto prendere visione delle novità del mercato e dei trend emergenti scorrendo una ad una le oltre 500 novità presentate dalle aziende espositrici lungo un percorso a labirinto. Bacche, semi, spezie e alghe erano ovunque: come *superfood* da utilizzare tal quale e in cucina o come ingrediente in cibi e bevande, spostando l'asse del cibo sempre più verso l'alimentazione funzionale. In ascesa la curcuma, in fase calante il goji. Tra i dolcificanti perde terreno lo zucchero di canna a favore del succo d'uva. Continua la riscoperta dei semi di canapa, base di partenza per tofu, paté, creme, oli, snack e dessert. La pasta di legumi si arricchisce di nuove ricette e formati. Vini e formaggi sono sempre più veg. Anche speck, bresaola e cotto sono proposti in versione veg. Si amplia la gamma dei piatti pronti. La macinazione a pietra delle farine è diventata punto distintivo. Prosegue la ricerca di varietà antiche,

con prodotti sempre più di nicchia. E su tutto trionfa il made in Italy. Perché la domanda cresce e crescono anche le importazioni, rischi compresi. Allora la risposta è nella costruzione di filiere dedicate: cosa che richiede tempo e risorse – come quelle dei Psr regionali – ma sottrae le materie prime dall'ambito della pura compravendita per portarle in progetti costruiti insieme a contadini e allevatori. Il premio Sana Novità è andato ai biscotti Granomela di Baule Volante e al dissuasore biodinamico per l'oidio della vite di Agri.Bio.Piemonte. Quello delle blogger a Cacao Crudo per la crema nocciole e cacao e alle ecotazze in bambù distribuite da Fior di Loto. Grande salto di qualità anche per l'area cosmesi e cura del corpo al padiglione 36, una sorta di Cosmoprof tutto *green*. Una buona notizia anche per chi coltiva, perché la crescita della cosmesi naturale e biologica richiede sempre più principi attivi e ingredienti biologici certificati. Un settore insomma, quello del bio, in piena evoluzione, ricco di stimoli e di impulsi per il futuro. Purché non dimentichi i valori da cui tutto ha avuto origine e tenga sempre alta l'asticella dei controlli e della qualità. ■