

Post-event report

Sana 2023



Salone internazionale del biologico e del naturale: successo per la prima edizione B2B

È più che positivo il bilancio di SANA 2023, appuntamento di primo piano nel calendario fieristico italiano e internazionale per produttori, distributori, enti, istituzioni e professionisti del comparto del biologico e del naturale. Sono i numeri a confermare il ruolo prioritario dell'evento, che chiude la 35ª edizione con 650 espositori, 20.000 metri quadrati di superficie espositiva e 12.500 operatori, il 10% dei quali provenienti dall'estero. Il dato dei 12.500 accessi (lo stesso registrato dalla precedente edizione di SANA) è questa volta da intendersi come esclusivamente in accezione B2B: il fatto che il Salone, pur non rivolgendosi più a un pubblico generico, abbia mantenuto invariata l'affluenza, centrando al contempo l'obiettivo di una maggiore e più selettiva qualificazione delle presenze, testimonia l'efficacia del nuovo corso intrapreso.

Il Salone è stato visitato – su invito – da 200 buyer provenienti dai principali mercati internazionali, tra importatori di prodotti biologici, rappresentanti della GDO e operatori nell'ambito della cosmesi naturale e del food service.

Ottimo anche il numero degli espositori – 650 – e delle presenze estere, con il coinvolgimento, fra gli altri, di Austria, Germania, Giappone, Grecia, Sudafrica, Ucraina e America Latina.

Volgendo lo sguardo al fronte interno, sono 5 le Regioni italiane che hanno preso parte all'edizione 2023 di SANA e tra queste vi sono alcune delle più significative in termini di superficie agricola destinata a biologico: Calabria, Emilia-Romagna, Marche, Puglia e – nuovamente in fiera dopo alcuni anni di assenza – Sardegna. Hanno suscitato grande interesse anche le aree e le aziende di CIA, Coldiretti, Camera di Commercio di Bologna e del MASAF, quest'ultimo on air con la campagna promozionale sul biologico lanciata in anteprima a SANA da ISMEA, Testimonial Luca Sardella ed Elio delle Storie tese.

«La svolta B2B ha significato cambiare passo, sul piano dell'operatività e della visione strategica. Con questa scelta BolognaFiere ha voluto rispondere a una precisa richiesta da parte delle aziende e ha saputo valorizzare la vocazione all'export e all'internazionalizzazione di SANA e del settore biologico e naturale nel suo complesso – ha commentato **Claudia Castello**, Exhibition Manager del Salone. L'esito di questa svolta può dirsi fin da ora positivo, come testimoniato dagli stessi espositori, dalla significativa presenza di buyer

qualificati, dalla qualità degli approfondimenti proposti. Lo scenario nazionale e internazionale è complesso e la congiuntura critica, come hanno evidenziato anche i focus sui mercati francese e tedesco del bio, attualmente in fase di stasi. Tuttavia SANA è riuscita a consolidare il proprio ruolo di stimolo per il comparto e per le aziende, delle quali ha promosso prodotti e novità verso una platea molto ampia, attraverso una molteplicità di canali fisici e digitali».

Ha raccolto feedback positivi il ricco palinsesto convegnistico della manifestazione: incontri e talk hanno fatto registrare circa un appuntamento ogni ora, arrivando complessivamente a quota 80 e con circa 4.500 presenze.

Restando nell'Area Organic & Natural Food, ottimi ritorni, in termini di pubblico e di contenuto, per gli spazi dedicati a Cooking e Cocktail Demo. Si rafforza l'interesse per tutto ciò che è Breakfast e Aperitivo, riletto in chiave biologica, naturale e salutistica. Promosse a pieni voti anche le Aree Veg e Free From, curate in collaborazione con, rispettivamente, V Label Italia e la World Gluten Free Chef Academy, che intercettano le nuove esigenze e tendenze di consumo.

Alto gradimento anche per le degustazioni e i momenti formativi organizzati dall'UIV - Unione Italiana Vini sul tema emergente dei vini dealcolati, segmento di mercato con grandi potenzialità di sviluppo e valorizzato per la prima volta in Italia in un contesto fieristico proprio da SANA.

Particolarmente apprezzati gli incontri in area erboristica e cosmetica, dove i riflettori sono stati accesi su prodotti e stili di consumo sempre più orientati al vegan e alla sostenibilità. A livello espositivo, l'Area Care & Beauty si è confermata la vetrina elettiva per le anteprime dei prodotti novità che saranno disponibili a scaffale in occasione delle prossime festività.

Di grande richiamo, come già nelle passate edizioni di SANA, gli incontri proposti nella cornice della Via delle Erbe, organizzata con Tecniche Nuove, e di Rivoluzione Bio. Quest'ultima iniziativa, in particolare, è stata realizzata da BolognaFiere con AssoBio e FederBio, nell'ambito del progetto BEING ORGANIC IN EU gestito da FederBio in partenariato con Naturland DE, e si è articolata in due giorni di convegni e dibattiti durante i quali sono stati presentati i dati dell'Osservatorio SANA, a cura di Nomisma con il sostegno di ICE.

Website: www.sana.it