

**MIF**<sup>©</sup>  
**MARKET INDEX FOOD**  
Dati relativi all'intero comparto food confezionato  
Mese di agosto 2015 vs agosto 2014

in collaborazione con

TREND VENDITE A VALORE

+5,52%

TREND VENDITE A VOLUME

+3,90%

\*trend a prezzi costanti

PRESSIONE PROMOZIONALE

24,94

TREND VENDITE IN VALORE DELLE PL

+4,42%

\* PL = Private Label

Si conferma ad agosto il trend positivo per le vendite nel Largo consumo confezionato. Nel comparto food, l'andamento (relativo alle quattro settimane terminanti il 23 agosto) segna un +5,92% a valore e una crescita del 3,9% a volume, con un leggerissimo rallentamento rispetto a luglio. Crescono del 4,42% anche le vendite a valore della marca commerciale. Continua a ridursi la pressione promozionale, che scende sotto quota 25%, in netto calo rispetto al 27,15% di luglio.

# Bio

## & CONSUMI

SUPPLEMENTO A DS - DOLCISALATI & CONSUMI - NUMERO 9 - SETTEMBRE 2015  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

## REPORTAGE DALL'EDIZIONE 2015 BOLOGNA, 12-15 SETTEMBRE



# SANA CHE BOOM

- Numeri record per il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale.
- Oltre 45mila visitatori. Un incremento del 40% di buyer esteri e del 25% di espositori.
- Un viaggio alla scoperta delle novità e dei prodotti. Che scandiranno il business nei prossimi mesi.
- Le interviste con i protagonisti.

da pagina 2 a pagina 16

**BIO PLOSE MIRTILLO. I TUOI ANTIOSSIDANTI NATURALI.**

the hook.com

www.ancitraplose.it

**BIO PLOSE: A PURE DRINK EXPERIENCE!**

Dedicato a chi ama la natura come se stesso, il nettare Bio Plose mirtillo unisce le proprietà naturali e antiossidanti del mirtillo al gusto naturale della frutta biologica. Come tutti i succhi Bio Plose è composto da frutti provenienti al 100% da agricoltura biologica raccolti nel pieno rispetto dei cicli stagionali. Scopri anche i gusti Pera, Pesca, Ananas, Arancia-Carota, Mela, Albicocca, Arancia, Pompelmo, Tè Verde, Tè al Limone e Tè alla Pesca.



# Un mercato che va da Bio

Un giro d'affari di oltre due miliardi di euro. Con crescite dei consumi ininterrotte dal 2005 a oggi. Aumentano i prodotti, i punti di distribuzione ma soprattutto il numero di famiglie che fanno la spesa. Questo, per sommi capi, il quadro del biologico in Italia.

Gli approfondimenti li trovate nelle pagine successive, con un ampio reportage dall'edizione 2015 di Sana. Permetteteci invece di sottolineare i molti aspetti di un mercato in continua evoluzione.

Innanzitutto l'entusiasmo. Girando per gli stand della fiera di Bologna, abbiamo incontrato gente che non fa solo business ma è letteralmente "innamorata" del proprio lavoro. Per loro il bio non è una macchina per fare soldi, ma una filosofia di vita alla quale ispirarsi e che si declina poi in una vendita di prodotti. Passaggio fondamentale in quanto, riprendendo il claim di Expo 2015: "Nutrire il Pianeta è energia per la vita".

L'entusiasmo però non basta. Ce lo siamo sentiti ripetere più volte nel corso dei nostri colloqui con gli operatori del settore. Occorre una svolta per il settore, soprattutto a livello distributivo.

A oggi il panorama è frastagliato. Secondo il Rapporto Ismea Bio – Retail, la parte del leone la fa la Gd, con un 40% di quota mercato. Seguono i medi-piccoli specializzati (21%), i grandi specializzati (15%). Chiudono: mercatini, vendite dirette, Gas, negozi tradizionali, farmacie ed erboristerie.

Non sempre però il consumatore trova quello che cerca. Interessante, a questo proposito, il colloquio con un espositore di Sana: "Vendo degli ottimi prodotti, il consumatore li apprezza ma quando mi chiede dove li può trovare, ho delle difficoltà". Segno evidente di come il mercato debba evolvere, per conquistare spazi sempre maggiori in un'Italia che rimane lunga e stretta.

Già, il consumatore: attento, sensibile e molto preparato. Non è, tanto per capirci, la solita signora Valeria evocata dal compianto Michele Ferrero. Qui parliamo di famiglie alto spendenti che, quando fanno la spesa, sanno quello che vogliono.

Lo abbiamo visto girando fra gli shop presenti a Sana. Gente che guardava con attenzione le etichette, si informava sui prodotti esposti, faceva domande pertinenti. Di fronte a un consumatore di questo tipo non si può scherzare. Soprattutto non si può dargli delle "sole", come dicono a Roma. La serietà, correttezza e professionalità sono fondamentali. E questo implica controlli e una filiera certificata: dalla produzione alla distribuzione.

Permettete due parole anche su di noi. Il progetto Bio & Consumi è stato accolto con molto favore dagli operatori del settore. Tutti hanno sostenuto che non esistono, ad oggi, strumenti di comunicazione con il trade. Che possano mettere in contatto le aziende produttrici con la rete di distribuzione.

Piacciono gli strumenti che mettiamo a disposizione: il sito [alimentando.info](http://alimentando.info), che fornisce informazioni puntuali ogni ora, la newsletter del venerdì, che raccoglie le principali notizie della settimana, la rivista cartacea Bio & Consumi, che rappresenta lo strumento culturale e di approfondimento, inviata a tutti gli attori della distribuzione: dai buyer della Gd sino al negozio specializzato.

In questo numero zero troverete un assaggio di quello che sarà Bio & Consumi, con un reportage in tempo quasi reale da Sana. Uno strumento che consente una sorta di viaggio virtuale dentro la fiera che si è svolta a Bologna dal 12 al 15 settembre. Con interviste e approfondimenti con le aziende che vi hanno partecipato.

La rivista verrà distribuita anche ad Anuga e rappresenta il trampolino di lancio di un'avventura editoriale che, speriamo, prosegua il successo delle testate food già presenti nella nostra offerta editoriale.

A tutti i nostri lettori un benvenuto cordiale. L'appuntamento è per il numero uno che verrà distribuito nel mese di novembre e presentato in occasione di Gluten Free Expo, la fiera che si svolgerà a Rimini dal 14 al 17 novembre.

Ci vediamo in Riviera. Romagnola, naturalmente. In tutti i sensi.

Angelo Frigerio e Riccardo Colletti

Bio  
& CONSUMI

SUPPLEMENTO A  
DS - DOLCISALATI & CONSUMI  
NUMERO 9 - SETTEMBRE 2015

Direttore Responsabile

**ANGELO FRIGERIO**

Direttore editoriale

**RICCARDO COLLETTI**

Editore: Edizioni Turbo Srl  
Palazzo di Vetro  
Corso della Resistenza, 23 20821 Meda (MB)  
Tel. +39 0362 600463/4  
Fax. +39 0362 600616  
e-mail. [info@tespi.net](mailto:info@tespi.net)

Registrazione al Tribunale  
di Milano n. 18 del 12 gennaio 2011.

Poste Italiane S.P.A.

Spedizione in Abbonamento Postale  
- 70% - LO/M1

Stampa: Italgrafica - Novara

L'editore garantisce la massima riservatezza  
dei dati personali in suo possesso.

Tali dati saranno utilizzati per la gestione  
degli abbonamenti e per l'invio  
di informazioni commerciali. In base  
all'Art. 13 della Legge n° 196/2003,  
i dati potranno essere rettificati

o cancellati in qualsiasi momento  
scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.  
Responsabile dati:

Riccardo Colletti

Questo numero è stato chiuso  
in redazione il 21 settembre 2015

NOVITÀ



# NEL SOLCO DELLA NATURA

La nuova **Salumeria Biologica Golfer**. Naturalmente buona.

The image shows the packaging for Golfer Prosciutto Cotto Bio. It features a young girl holding wheat, the Golfer logo, and the text 'NEL SOLCO DELLA NATURA NATURE'S WAY'. A large pink ham is visible through a clear window. The packaging includes a 'BIO Organic' seal, a 'PRODUCT OF ITALY' label, and an 'ECO PACK' logo. Text on the packaging lists benefits: 'SENZA GLUTINE', 'SENZA LATTE E DERIVATI', and '70% in meno di PLASTICA rispetto alle vaschette tradizionali'. It also features a 'RISPETTIAMO L'AMBIENTE' logo and a 'Be eco-friendly!' slogan.

Soddisfare la sana voglia di bontà con scelte sostenibili è la sfida innovativa di **Golfer**. Abbracciando il **Biologico**, con l'anima e come impresa, mettiamo al centro di tutto il **rispetto**: per l'ambiente, per il prodotto e il consumatore. Con materie prime selezionate, sapori di qualità e confezioni più sostenibili, la certezza di una **bontà più sana e giusta** ha ancora più gusto.

**14 REFERENZE, GAMMA COMPLETA.**  
Il meglio, dallo scaffale al banco taglio.



- **70% in meno di PLASTICA** rispetto alle vaschette tradizionali
  - Vaschetta inferiore in **CARTA riciclabile**
  - Carta certificata **FSC**
- [www.golfer.it](http://www.golfer.it)



# SANA 2015: È RECORD

Oltre 45mila visitatori. Un incremento del 40% di buyer esteri e del 25% di espositori. Edizione da incorciare per il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale. Andato in scena a Bologna Fiere dal 12 al 15 settembre.

Di Angelo Frigerio, Riccardo Colletti, Matteo Borré, Margherita Bonalumi, Raffaella Cordera

Un'edizione da incorciare. Di più, da record. Un grande risultato. Lo dicono i numeri di Sana 2015, il Salone internazionale del biologico e del naturale, andato in scena a Bologna Fiere dal 12 al 15 settembre. Oltre 45mila i visitatori. Un incremento del 40% di buyer esteri e del 25% di espositori. E ancora: per quattro giorni sono stati più di 6mila i partecipanti agli oltre 65 incontri, dai workshop di carattere culturale e scientifico ai convegni istituzionali di Aiab, Anabio/Cia Associazione per l'agricoltura biodinamica, Città del bio, Federazione di prodotto biologico e biodinamico di Confagricoltura, FederBio e Navdanya International. E, in tali contesti, si sono registrate anche le presenze del vice ministro alle Politiche Agricole con delega al biologico Andrea Olivero, dei rappresentanti delle associazioni del bio promotrici del Forum internazionale del biologico e del commissario unico di Expo Giuseppe Sala. L'edizione 2015 di Sana si è connotata



## Quel fil rouge da Sana a Expo

La settimana della Biodiversità, in scena al Parco della Biodiversità dal 26 settembre al 3 di ottobre e che ha il suo momento più importante il 29 settembre con la Festa del Bio, riaccende in Expo l'attenzione sull'agricoltura del futuro, sostenibile e innovativa.

La collaborazione tra il ministero delle Politiche agricole, Expo e BolognaFiere, coinvolge l'intera Esposizione Universale, dai padiglione Paese alle aree tematiche e ai cluster, dai visitatori ai curiosi, fino agli appassionati, per colorare di verde, con la Festa del Bio, le aree e i viali del sito espositivo e per trasmettere le caratteristiche e i valori dell'agricoltura biologica.

Il cuore della "Festa del Bio" è il Parco della Biodiversità e in particolare la "Piazza del Bio": per vivere il biologico assaporandone i frutti e i prodotti, incontrando le realtà che con impegno e passione coltivano e producono quotidianamente prodotti rispettosi dell'ambiente, della biodiversità e del benessere dell'uomo. Non solo: in Expo vengono portati alla ribalta gli approfondimenti del Forum Internazionale del Biologico.



per una matrice internazionale decisamente spiccata, in virtù di oltre 4mila incontri B2B ospitati presso la buyer lounge e che hanno messo in contatto le aziende espositrici e le delegazioni provenienti da 21 paesi. Da quelli europei, fino ad Australia, Giappone e Russia. Il tutto generando reali e fattive occasioni strategiche di networking e partnership per migliorare su scala estera le performance del settore bio made in Italy. Inoltre, il tema del 'bio' ha fatto da filo conduttore andando a colorare tutta la città di Bologna. Grande il successo collezionato dalle oltre 160 iniziative proposte in occasione della Notte bianca del bio del 12 settembre e dal palinsesto di Sana City che hanno richiamato circa 70 esercizi commerciali: degustazioni bio e vegan, colazioni, aperitivi e cene all'insegna del bio hanno coinvolto decine di migliaia di persone confermando l'anima bio e green di Bologna. "Abbiamo fatto battere a Bologna il cuore di Expo con l'edizione di Sana 2015", ha dichiarato con giusta soddisfazione Duccio Campagnoli, presidente di BolognaFiere. "Anche attraverso le edizioni passate di Sana, passando per Expo e per il Parco della Biodiversità, per arrivare sino ai progetti di promozione dei contenuti sull'agricoltura biologica con il Forum internazionale del biologico, abbiamo creato un percorso di crescita e di promozione del biologico, la vera agricoltura del futuro. Nelle prossime edizioni della manifestazione lavoreremo per la promozione del biologico nelle aree del Mediterraneo, per offrire nuove opportunità di sviluppo e di promozione di questo ambito".

E del resto stiamo parlando di un settore che evidenzia una crescita significativa. Il Rapporto Ismea 'Bio Retail' dimostra che, dopo aver chiuso il 2014 con un incremento dell'11%, gli acquisti di food bio nella Grande distribuzione hanno spiccato letteralmente il volo nei primi sei mesi del 2015 con un aumento in valore vicino al 20% e, nel canale specializzato, la crescita ha fatto registrare un tasso medio annuo compreso tra un +12% e un +15% nell'ultimo quinquennio. Il bio conferma il suo successo anche all'estero: dai risultati dell'Osservatorio Sana promosso da Ice, curato da Nomisma, su incarico di BolognaFiere e in collaborazione con FederBio e Assobio, l'export di prodotti agroalimentari bio italiani è in crescita esponenziale (+337% rispetto al 2008) e nel 2014 ha generato un fatturato di 1,4 miliardi di euro (4% sull'export agroalimentare italiano totale). Insomma, una cavalcata autentica che adesso merita di essere capitalizzata.

### Per le vendite bio al dettaglio un giro d'affari di 2,1 miliardi di euro

Un giro d'affari al consumo superiore ai 2,1 miliardi di euro nel solo canale domestico, senza considerare quindi tutto quello che passa attraverso la ristorazione, i bar, le mense e in generale il food service. E' quanto vale il biologico in Italia (alimentare e non) secondo una recente stima di Ismea presentata in fiera a Bologna nell'ambito del convegno "Tutti i numeri del biologico italiano" a cura di Sana, Ismea, Sinab e Nomisma.

A fare la parte da leoni sono la distribuzione moderna (ipermercati, supermercati, discount, libero servizio) con un fatturato nel segmento di circa 855 milioni (il 40% del valore del bio-retail) e le superfici specializzate nella vendita di prodotti biologici che muovono più di 760 milioni di euro (equivalenti al 35% del totale).

Ai restanti canali le stime Ismea attribuiscono un'incidenza complessiva di quasi il 25%, rappresentata per il 10% da mercatini, vendite dirette, gruppi di acquisto solidali (Gas) e e-commerce, per l'8,9% dai negozi tradizionali e per il 5,1% dalle farmacie. Quasi trascurabile, pari allo 0,6%, la quota complessiva riconducibile ad erboristerie e parafarmacie.

I consumi di alimenti biologici presso la Gdo, spiega l'Ismea nel Rapporto BIO-RETAIL, esprimono tassi di crescita molto sostenuti, in evidente controtendenza rispetto alle vendite di prodotti alimentari convenzionali. Dopo aver chiuso il 2014 con un incremento dell'11%, gli acquisti di food bio hanno spiccato letteralmente il volo nei primi sei mesi dell'anno in corso, facendo registrare un aumento in valore vicino al 20%, che allarga ulteriormente il gap con il trend dell'agroalimentare nel complesso, fermo nello stesso periodo a un +0,1%. I dati del panel Ismea Nielsen evidenziano poi un aumento diffuso in tutte le categorie di prodotto, le aree geografiche e canali della distribuzione moderna. I comparti più dinamici si confermano i derivati dei cereali (+19% nel 2014 e +28% nella prima metà del 2015) e gli ortaggi freschi e trasformati (rispettivamente +14% e +21,8%). Tra le aree geografiche spicca il ruolo del Nord (che concentra i 2/3 degli acquisti). Segue il Centro e, a distanza, il Sud, ancora residuale ma in forte crescita nel biennio in esame. Tra i diversi format della Gdo schiacciante è il peso dei super e degli Iper, che esprimono anche i tassi di crescita più elevati.

Spostandoci nello specializzato, Ismea stima una crescita delle vendite di prodotti bio (anche non alimentari) a un tasso medio annuo compreso tra un +12% e un +15% nell'ultimo quinquennio, che si rivela addirittura superiore di qualche punto percentuale alla pur brillante performance delle vendite nel modern trade. Presso il canale specializzato le vendite sono costituite per circa l'88% da prodotti alimentari e per il restante 12% da merceologie non food. Tra queste ultime, preponderante è il peso dei prodotti per la cura della persona (10%), mentre risulta ancora limitato il contributo dei prodotti per l'igiene della casa (1,4%) e il pet-care (0,3%).

Tra specializzato e Gdo, conclude Ismea, lo spread dei prezzi è del 10%-20%, a fonte di un plus di servizio offerto dai punti vendita specializzati come l'assortimento, l'informazione e la capacità di creare engagement anche attraverso i social network.



I numeri

## Fiore di Puglia



In foto: Giuseppe Fiore.

Fiore di Puglia si presenta al Sana con una nuova linea di referenze bio. Una gamma di prodotti realizzati con ingredienti naturali, attentamente selezionati e in gran parte a km 0, come ad esempio l'olio extra vergine d'oliva biologico pugliese. Quattro le referenze che compongono la linea bio: i Minigrissbakery multicereale bio, realizzato con quattro varietà di farine (segale, farro, avena e orzo), lavorate senza nessun processo di raffinamento, per conservare tutte le caratteristiche nutritive; i Minigrissbakery integrali bio, ricchi di fibre e realizzati interamente con l'uso di farine integrali; i Minigrissbakery al farro; e, infine, i Minigrissbakery al grano senatore Capelli bio, realizzato con questa tipologia di grano duro, dalla scarsa resa, che è stato recentemente recuperato. Tutte le referenze sono proposte in confezioni da 125 grammi.

## Sottolestelle



In foto: Filomena Cappucci.

Sottolestelle nasce 18 anni fa, e si specializza nel corso del tempo diventando un laboratorio di produzione all'interno del quale non entrano mai né latte né uova. "I nostri prodotti sono adatti agli intolleranti e agli allergici", spiega Filomena Cappucci, che lavora nell'area marketing della società. "Prodotti senza lievito, senza zucchero, senza tracce di latte e uova: questo tipo di referenze rappresenta oggi il nostro core business. Siamo produttori, non semplici distributori, e questo è un aspetto molto importante. Altrettanto importante è che ci occupiamo solo ed esclusivamente di biologico, quindi non c'è alcun rischio di contaminazione con materie prime convenzionali. In più, da poco stiamo usando una 'camera bianca', ossia una camera sterile biodegradabile per la produzione in pane in bauletto realizzato con lievito madre e olio extravergine di oliva. Crediamo che biologico non sia solo alimentazione ma anche rispetto per Madre Terra. Infatti, produciamo con energia pulita prodotta dal nostro impianto fotovoltaico, le nostre confezioni sono tutte riciclabili, effettuiamo lo smaltimento differenziato di tutti i rifiuti prodotti in azienda e trattiamo le acque meteoriche di piazzale". Sottolestelle è presente nei negozi specializzati, nelle erboristerie, nelle farmacie e nelle parafarmacie. "Abbiamo più di 1200 punti vendita attivi in tutta Italia, ma puntiamo a superare la soglia dei 2500", conclude Filomena Cappucci. "Il nostro è un prodotto unico sul mercato. Abbiamo le mani in pasta, in tutti i sensi".

## Plose



In foto: Davide Gregorini.

Quella di Plose, prima fonte di montagna, è una storia cominciata 60 anni fa. Il progressivo sviluppo aziendale ha portato il marchio a essere un riferimento per il mondo del bio, con particolare attenzione all'ambito della ristorazione. "Sono la qualità e l'unicità dei nostri prodotti a contraddistinguerci", evidenzia Davide Gregorini, responsabile vendite Italia Plose. Due elementi che trovano la loro perfetta sintesi nella linea di succhi di frutta BioPlose 100% biologici firmata Plose, nata nel 2009. "Per i nostri succhi bio scegliamo soltanto frutta certificata biologica di categoria A. Quanto è utilizzato nella loro produzione è interamente dichiarato in etichetta e il risultato è una referenza di qualità superiore". Dettagli che sono confermati dalla crescita esponenziale nelle vendite registrata da Plose negli ultimi anni, in particolare nel canale Horeca. "Attualmente, l'azienda sviluppa un fatturato che si aggira attorno agli 11 milioni di euro l'anno", sottolinea Gregorini. Novità di Sana: l'inserimento del gusto mirtillo tra le referenze in gamma nella linea BioPlose.

## Probios



La storia di Probios inizia nel 1978 per volontà di Elvira Rigo De Righi e Ferruccio Ledwinka, che iniziano a importare dal Giappone prodotti macrobiotici, allora pressoché introvabili nel nostro Paese. È però nel 1990 che alla guida della società subentrano Fernando Favilli e Rossella Bartolozzi, fermi sostenitori del cibo naturale e biologico. "Da allora Probios ha intrapreso un percorso di crescita", racconta Elisa Favilli, responsabile marketing e comunicazione. "E pian piano, col tempo, siamo arrivati al fatturato 2014, che ha superato i 30 milioni di euro. Operiamo in 48 Paesi in tutto il mondo, con 900 prodotti biologici, 100 prodotti senza latte e 300 senza glutine. Ciò che ci ha sempre contraddistinto è la nostra apertura all'innovazione. Siamo stati tra i primi ad aver introdotto delle linee di prodotto per intolleranti e celiaci, e ad aver creduto nel vegano, che oggi va di gran moda. Per noi questa non è solo una tendenza del momento, ma una vera filosofia di vita".

## Dispensa Alimentare



L'offerta di Dispensa alimentare comprende prodotti biologici freschi, con un assortimento che include formaggi, prodotti vegetali, gastronomia e carni. Altrettanto ricca la gamma di prodotti non deperibili, che comprende oltre 800 referenze. L'azienda, con sede a Fratte Rosa, in provincia di Pesaro Urbino, opera come grossista a livello nazionale, con una forte penetrazione nei negozi specializzati e nei piccoli punti vendita: "Grazie a una continua ricerca, selezioniamo solo i migliori prodotti, che oltre ad essere biologici sono soprattutto buoni", spiega Claudia Tonelli, dell'azienda. "Contiamo oltre 650 clienti, con una forte specializzazione sul fresco, che incide per il 60% sulle vendite".

## Ponte Reale



L'azienda agricola Ponte Reale, specializzata nella produzione di mozzarella di bufala, è approdata al mondo del biologico ormai 20 anni fa. Più che una semplice idea imprenditoriale, una vera vocazione, come racconta Massimo Rega, managing director: "Non abbiamo puntato al business, quanto al creare un prodotto d'eccellenza nel settore. Siamo certificati bio C.C.P.B., e siamo sottoposti a continui controlli sull'intera filiera, sia programmati, sia a sorpresa. E, ovviamente, questi ultimi sono indispensabili per capire se un'azienda opera con serietà e non ha nulla da nascondere, come nel nostro caso. Purtroppo il bio in Italia è ancora un segmento di nicchia rispetto ai Paesi esteri, dove il consumatore è più informato su cosa mangia e acquista. Non è un caso che l'export rappresenti ben il 54% del nostro fatturato: con picchi in Germania, Francia, Olanda, Belgio, Spagna e Grecia, ma riforniamo anche Stati Uniti, Canada, Kenya, Repubblica Dominicana e paesi asiatici. La nostra ambizione è diventare i più grandi, non per quantità ma per qualità".

## Borgo La Rocca

Azienda Beneventana, specializzata nella produzione di conserve alimentari, Borgo La Rocca è presente a Sana con la sua offerta di prodotti biologici. La gamma comprende prodotti come passata e pelati, oltre a un assortimento molto articolato di verdure biologiche. Tutte specialità preparate in modo artigianale e conservate in vasetti dal grande impatto estetico.

## Molino Filippini



In foto: Pietro Troncetti e Luisella Piccapietra.

Specializzato nella produzione di grano saraceno e farine di grano saraceno, Molino Filippini è una storica realtà produttiva della Valtellina che offre il biologico da più di 30 anni. Oggi, l'offerta dell'azienda comprende una vasta selezione di farine, cereali, muesli e cereali soffiati, pizzoccheri e paste di grano saraceno, preparati in mix senza glutine e piatti pronti in busta, offerti anche con private label. Le sue referenze sono certificate da agricoltura biologica e, per lo più, senza glutine. A Sana, Molino Filippini era presente anche col suo altro marchio dedicato al Bio: Biovitagrà, presente nei supermercati Natusi.

## Soster

Formaggi biologici delattosati e realizzati con caglio vegetale. Sono queste le novità di prodotto presentate a Sana da Soster, azienda di Monteviale, in provincia di Vicenza, attiva nella produzione bio. L'assortimento di prodotti green a marchio Soster comprende, tra l'altro, mozzarella, provolone, fontal, caciotte, ricotta vaccina e di pecora, parmigiano reggiano, pecorino, gorgonzola, burro e panna.

## Biofactor



Mais da popcorn a km 0: è questa la missione di Biofactor, la cui filosofia è basata sulla genuinità dei suoi prodotti, nel rispetto di elevati standard di qualità e dell'ambiente. Attraverso l'uso esclusivo di processi di concimazione organica naturale, e l'utilizzo di attrezzature che permettono di estirpare le piante infestanti rispettando i canoni del biologico, si arriva a un prodotto gluten free senza contaminazioni.

## I Tesori della Terra



I Tesori della Terra diventa cooperativa agricola e sociale nel 2000 ma è frutto dell'unione di due realtà cuneesi pioniere del bio: le aziende agricole biologiche, da fine anni '80, Cascina Bianca e Panero Rosanna. A Sana è presente con i propri yogurt bio dall'inconfondibile equilibrio di aroma e acidità, dovuto a una fermentazione molto lenta (almeno 12 ore). Sono disponibili nei barattoli di vetro da 500, 125x2 e 150 grammi. Oltre agli yogurt, l'azienda produce vari formaggi bio, tra cui tre Dop: toma piemontese, raschera e bra tenero.

## Hombre



Parmigiano reggiano Dop bio. E' questo il prodotto di punta dell'azienda biologica Hombre di Modena, presente a Sana con il proprio assortimento di prodotti green di fattoria. L'azienda trasforma ogni giorno, secondo i dettami del Disciplinare Dop, 6mila litri di latte, per un totale di 12 forme di formaggio prodotto, stagionato poi per 24 mesi o più.

## P.I.Z. Frigo



P.I.Z. Frigo è azienda specializzata nella produzione e commercializzazione industriale di granuli e farine di tutolo di mais fin dagli anni '60 e leader in Italia nella lavorazione di prodotti industriali zootecnici. Punto di forza dell'azienda è il centro di ricerca. Il sistema di produzione aziendale ha quindi permesso di mettere a punto gli innovativi prodotti destinati al mondo della casa, degli animali domestici e dell'auto. P.I.Z. Frigo è presente con i propri marchi di prodotto e per conto terzi nel mercato nazionale e sui principali mercati europei.

segue

7



**Germinal**

**BIO**

La sensibilità ad una sana alimentazione, ad uno stile di vita ecosostenibile e alla ricchezza dei prodotti della terra sono gli ingredienti comuni a tutti i prodotti Germinal Bio. Da più di trent'anni, Germinal Bio offre prodotti biologici, salutistici e funzionali di alta qualità.

[www.germinalbio.it](http://www.germinalbio.it)  
[blog.germinalbio.it](http://blog.germinalbio.it)



## Fior di Loto



Fior di Loto ha origine nel 1972, come azienda a conduzione familiare. Oggi, a 43 anni di distanza, le redini della società sono ancora saldamente in mano alla terza generazione della famiglia, che vive il suo lavoro con la stessa filosofia di allora: mangiare bene per vivere meglio. "Ad oggi abbiamo ben 2.200 referenze, per un fatturato 2015 stimato attorno ai 20 milioni di euro, con una crescita del 33% rispetto al 2014", commenta Virginia Maschio, responsabile marketing e comunicazione. "Il 90% delle vendite avviene in Italia. I nostri prodotti sono distribuiti in farmacie, parafarmacie, negozi di alimentazione biologica ed erboristerie. Siamo stati tra i primi a creare delle linee di biologico senza glutine, e negli anni abbiamo sviluppato un notevole know-how in termini di qualità, analisi, e protocolli. L'esperienza e la capacità di innovare sono la nostra forza".

## EcorNaturaSi



Distribuire prodotti biologici, biodinamici e naturali, che contribuiscano a migliorare la salute delle persone e della terra: questa la mission di EcorNaturaSi, società costituitasi nel gennaio 2009, dalla fusione di Ecor, il maggior distributore all'ingrosso di prodotti biologici e biodinamici nel comparto specializzato, e NaturaSi, la principale catena italiana di supermercati, specializzata nella distribuzione al dettaglio di prodotti biologici e biodinamici. EcorNaturaSi è oggi un riferimento per il comparto e serve capillarmente un migliaio di punti vendita specializzati in tutte le regioni d'Italia. Sono oltre 400 i prodotti realizzati a marchio Ecor, con un particolare focus sul settore degli alimentari confezionati. Per alcuni progetti rilevanti, l'azienda declina la propria immagine su linee di packaging dedicate, con l'obiettivo di trasmettere al consumatore il valore aggiunto effettivamente incorporato nei prodotti. Ne sono un esempio, 'Alimenti Ritrovati', il progetto che si pone l'obiettivo di portare a riscoprire le antiche varietà di cereali e legumi biologici che raccontano tutta la ricchezza del patrimonio agricolo e gastronomico italiano, e 'Pasta di filiera', una linea di pasta di grano duro prodotta esclusivamente con materia prima di origine italiana, coltivata da aziende agricole selezionate.

## Fraccaro Spumadoro



In foto: Paolo Pietrobon.

L'azienda artigianale Fraccaro Spumadoro era presente a Sana 2015 con la linea Pasticceria Fraccaro Bio, croissant bio classici e alla crema di cacao e croissant bio vegani al farro e al farro con confettura di albicocca che compongono una gamma di prodotti da forno con lievito madre e ingredienti certificati provenienti da agricoltura biologica. Per Fraccaro Spumadoro, i prodotti bio e vegani sono una componente importante e ricoprono il 12% dell'intera produzione.

## Lauretana



In foto: Anna Vietti.

"Lauretana è, per le caratteristiche che la contraddistinguono di leggerezza, durezza, acidità e purezza, un'acqua dedicata a un pubblico attento a come si alimenta", evidenzia Anna Vietti. "E il nostro impegno, come azienda, è quello di preservare al meglio la naturalezza del prodotto e, in termini di realizzazione, prestare massima attenzione alla sostenibilità". Distribuita in tutta Italia, sia all'interno del canale Horeca sia nella grande distribuzione, l'acqua Lauretana è presente nei negozi specializzati sul bio, anche come private label. Novità a Sana 2015: il doppio formato, da 33 cl e 75 cl, dell'elegante bottiglia in vetro disegnata da Pininfarina per Lauretana.

## Eridania



Eridania, icona della dolcificazione in Italia dal 1899, a Sana 2015 ha lanciato Tropical Bio, nuova referenza della gamma Tropical. Proveniente dalle migliori piantagioni del Sud America, questo zucchero di pura canna è certificato secondo i principi dell'agricoltura biologica. Da utilizzare per dolcificare bevande e come ingrediente nella preparazione di dolci, il prodotto bio di Eridania è disponibile in formato flow pack da 500 grammi e sarà proposto al pubblico al prezzo consigliato di 2,29 euro. Altra novità portata in fiera, è stato lo zucchero d'uva biologico di Naturalia.

## La Finestra sul Cielo



La Finestra sul Cielo opera dal 1978 come distributore di alimenti biologici e naturali su tutto il territorio italiano. "Abbiamo circa 1.500 referenze, per un fatturato 2015 stimato di circa 27 milioni di euro", spiega Claudia Marini, responsabile marketing. "Accanto al marchio storico La Finestra sul Cielo abbiamo un altro brand, Vivbio, che viene distribuito sul canale convenzionale - panetterie, drogherie e grande distribuzione. Se La Finestra sul Cielo si caratterizza per un'ingrediente molto restrittiva, concentrata sulle intolleranze alimentari, senza zucchero, senza latte, senza uova, con cereali alternativi, Vivbio ha una gamma di referenze più semplici: in parte dedicate a un'alimentazione attenta alle intolleranze, ma anche con prodotti molto gustosi e interamente biologici. La Finestra sul Cielo continuerà a sviluppare prodotti con la coerenza e l'attitudine che fanno parte della nostra storia: in particolare, per la richiesta di prodotti vegan, che ci trova perfettamente in linea con la nostra mission aziendale".

## Effegi



Effegi è un'azienda di distribuzione alimentare che quest'anno festeggia il 50esimo anniversario dalla sua nascita. Molti i marchi in distribuzione, italiani ed esteri, di ogni categoria alimentare. "E nella gamma non possono mancare prodotti biodinamici, prodotti vegan e prodotti dedicati a chi soffre di intolleranze alimentari", precisa Niccolò Ciccone, del reparto marketing e comunicazione. "La specializzazione nel bio risale agli ultimi 15 anni della nostra attività, dalla creazione del marchio Sapore di Sole. In questo ambito operiamo principalmente con i negozi specializzati. È il terzo anno consecutivo che partecipiamo a Sana, e siamo molto soddisfatti: lo riteniamo un appuntamento decisamente valido per diffondere la cultura del mangiare sano".

## Master



In foto, da sinistra: Adriano Bianco, Giovanni Favretto e Oscar Bellusci.

Master, leader nella produzione artigianale di gnocchi di patate fresche cotte al vapore con la buccia, negli ultimi anni ha investito molto nel settore del biologico, che sviluppa il 7% del fatturato ed è in crescita del 15% sul 2014. A Sana 2015, l'azienda ha presentato la nuova linea bio e vegan di gnocchi e spatze biologici, caratterizzati da un'accurata scelta delle materie prime lavorate secondo tradizione e dal packaging accattivante ed innovativo, ben identificabile nel banco frigo.

## Golferia



Golferia ha presentato a Sana la sua linea bio: "Nel solco della Natura". I prodotti vengono proposti in confezioni con il 70% in meno di plastica e con la vaschetta realizzata con carta termoformabile certificata Fsc, interamente riciclabile. La gamma comprende le referenze più celebri, come il Golfetta e Bresi, oltre ai salumi classici della tradizione italiana: prosciutto cotto, prosciutto crudo, mortadella, coppa stagionata, salame Milano, bresaola, pancetta e speck. Non mancano le tipicità, come prosciutto crudo di Parma Dop, la finocchiona, la ventricina e alcuni salumi di carni bianche come petto di pollo e petto di tacchino al forno.

## Biologicoils



Biologicoils è un brand Biotuscany, azienda di Certaldo (Fi) impegnata nella produzione di referenze di qualità, che distribuisce sui mercati di tutto il mondo. Propone una linea di oli ottenuti da coltivazione biologica, senza l'uso di diserbanti e di pesticidi, estratti con semplici metodi meccanici e destinati a un'alimentazione sana. In fiera, ha portato anche le gamme di condimenti e i prodotti wellness, che completano la sua offerta.

## Bio's



In foto: Renzo Agostini.

"Bio's è una realtà che coniuga produzione, distribuzione e ristorazione", spiega Renzo Agostini. Nata nel 1992, l'azienda si è col tempo ramificata, fino a comprendere oggi diverse declinazioni. Tutto nasce da Terra&Sole, il supermarket di Rimini che del biologico ha fatto un marchio di fabbrica. Sono seguiti Bio's Cafè, format di ristorazione veloce e caffetteria creato nel 2002, improntato sul bio e che oggi vanta due punti vendita, uno a Rimini e uno a Roma, e Bio's Kitchen, ristorante inaugurato nel 2014. "Dal 2007, Bio's è anche produzione, principalmente di prodotti da forno dolci e salati, certificati bio e vegan". Le referenze dell'azienda sono disponibili in diverse insegne della Gd a livello nazionale e nei tradizionali canali di vendita. Mentre a livello distributivo, dal 2008, Bio's è importatore per l'Italia di una gamma di oltre 120 prodotti raw, biologici, senza glutine e vegan a marchio Lifefood. Novità a Sana 2015: la linea di prodotti da forno realizzata con farine di legumi.

## Caffè Salomoni



In foto: Paolo Lelli.

"Un brand che sta crescendo nel mondo del bio e che, grazie alla sua ampia offerta, punta sempre più ad affermarsi nei bar e all'interno del canale Horeca", questo quello che è oggi Caffè Salomoni, nelle parole di Paolo Lelli. Un'azienda nata nel 1959, a conduzione familiare, che realizza prodotti di alta qualità. "Da quasi vent'anni", sottolinea Lelli, "abbiamo convertito la produzione, puntando su referenze gourmet bio". Due le linee: una per il retail, principalmente basata su tipologie di caffè aromatizzati e distribuita da Fior di Loto, e una per il canale Horeca. Da Carrefour a Iper, Caffè Salomoni è presente con le sue eccellenze bio anche in diverse insegne della Gd. Tra le novità portate a Sana 2015, si segnalano il duo caffè e cicoria biologico e la cicoria solubile bio.

## Cantina Tollo



Cantina Tollo, tra i maggiori produttori italiani di vini biologici sin dagli anni '90, ha portato a Sana 2015 i suoi vini bio e le nuove etichette vegan. Tipologie di prodotto che negli ultimi mesi hanno fatto segnare una crescita del 52% in termini di fatturato. Nel 2014, su 13 milioni di bottiglie commercializzate, 140mila riguardavano vini biologici, alla cui produzione Cantina Tollo destina ben 237 ettari di vigneti, tra Montepulciano, Trebbiano, Merlot, Sangiovese e Cabernet. In forte crescita anche l'export dei vini bio, con un +36% registrato sui numeri dello scorso anno nei principali mercati internazionali. Tra le referenze che riscuotono maggior successo, i nuovi vini certificati vegan Heliko Montepulciano d'Abruzzo Dop Biologico e Heliko Trebbiano d'Abruzzo Dop Biologico, prodotti che confermano la volontà della cantina abruzzese di continuare a investire in innovazione, proseguendo il percorso della qualità che prevede un'accurata selezione delle uve. Un nota bene finale: annunciato che entro il 2016 tutti i vini biologici Cantina Tollo saranno certificati vegan.

## Demeter



Demeter è un marchio internazionale che certifica e garantisce l'alta qualità del metodo di Agricoltura Biodinamica. Nel suo ruolo di ente di certificazione privato, è proprietario del marchio e ne rilascia l'uso a quelle aziende che rispettano il suo disciplinare: Demeter si occupa delle ispezioni e della certificazione a fronte di uno standard estremamente rigoroso. Nel nostro Paese la tutela della qualità e l'amministrazione del marchio, riconosciuto a livello internazionale, sono affidate a Demeter Associazione Italia che, attraverso la sua sede di Parma, svolge un'attenta azione di controllo su produzione, trasformazione e commercializzazione dei prodotti biodinamici.

## Alce Nero



In foto, a destra: Gianluca Puttini.

Molte le novità presentate da Alce Nero nel corso di Sana. L'azienda ha portato in fiera nuove referenze biologiche in diverse categorie, a partire dalla pasta senza glutine, prodotta con mais e riso coltivati in Italia. Sarà disponibile, solo dal prossimo novembre, in quattro formati: spaghetti, penne, fusilli e tortiglioni. Sempre guardando ai consumatori celiaci, Alce Nero propone anche una nuova confezione di Quinoa Real. L'azienda proporrà, sempre dal prossimo novembre, il latte intero biologico pastorizzato. Un prodotto 100% italiano, proveniente esclusivamente dall'alto Alto Adige. Tra gli omogeneizzati alla frutta, è stato proposto un nuovo prodotto a base di mela, prugna e biscotto: naturalmente biologico, senza aromi, né coloranti, né conservanti e dolcificato con succo concentrato di mela. Novità anche nel comparto composte, con una nuova versione ai fichi e limoni e nella gamma di cioccolato, con due tavolette al cioccolato fondente 70% con sale marino e al cioccolato fondente con caffè 100% arabica. Infine, Alce Nero arricchisce anche l'offerta di succhi, con il Nettare di Melograno e il succo di mela, arancia, carota e limone. Ma per assaggiare questi nuovi prodotti, bisognerà attendere marzo 2016.

## Almaverde Bio



Primo semestre col botto per Almaverde Bio: più 16% le vendite rispetto al corrispondente periodo del 2014 e nomina di Stanislao Fabbrino, amministratore delegato di Fruttage, alla vicepresidenza del Consorzio. Si è presentato così a Sana 2015 il marchio leader del biologico italiano. La crescita registrata ha interessato tutti i comparti merceologici dell'ampia gamma di offerta dell'azienda, che vanta complessivamente oltre 400 referenze e ha visto di recente l'inserimento di numerosi nuovi prodotti: dal caffè alla bevanda di soya al gusto di mandorla, fino ai legumi in scatola. "Siamo da sempre convinti che il bio vale circa il 10% del comparto alimentare. Un obiettivo che sembra ancora lontano ma che alcuni punti vendita, che applicano correttamente la logica del category, stanno raggiungendo", il commento del presidente Renzo Piraccini.

## Agriverde



In foto: Daniela Ricci.

"Portiamo a Sana i nostri vini della linea Natum, con la novità della doppia certificazione: dopo bio, anche vegan", esordisce Daniela Ricci. "In particolare, presentiamo in fiera le tre etichette destinate alla distribuzione nei negozi specializzati del segmento bio, ovvero il Montepulciano d'Abruzzo Doc, il Pecorino Igp e il Cerasuolo d'Abruzzo Doc, cui poi si aggiunge la referenza per la Gd: il Trebbiano d'Abruzzo Doc". Agriverde è un'azienda certificata bio dal 1991, con una produzione che per il 65% è destinata alla vendita nei mercati esteri: "In particolare, laddove c'è più sensibilità verso l'acquisto bio e vegan, come i Paesi del Nord Europa", evidenzia Daniela Ricci.

## Riso Vignola



In foto: Valentina Da Re.

Riso Vignola è un'azienda a impostazione familiare, con una produzione che spazia dalle referenze che portano il suo nome fino ai prodotti a marchio del distributore. "Siamo particolarmente conosciuti, a livello nazionale ed europeo, per il nostro lavoro in ambito di private label", spiega Valentina Da Re. Il core business dell'azienda è il riso, ma la novità di Sana 2015 è la nuova linea di legumi e cereali: in particolare, il mix ceci e piselli spezzati e le referenze con grano, farro e quinoa. Riso Vignola è presente a livello distributivo nei negozi specializzati del segmento bio, ma anche in diverse insegne della Gd, tra cui Carrefour, Simply Sma e Conad.

## Mangiar sano Germinal



In foto, da sinistra: Paolo Zilio, Giorgia Vanin ed Enrica Zuanetti.

Il Gruppo Mangiar sano Germinal è leader in Italia ed Europa nel settore degli alimenti biologici, salutistici e funzionali. L'azienda ha costruito negli anni il suo stile e la propria identità sulla sostenibilità alimentare, proponendo al consumatore prodotti rispettosi del suo benessere e dell'ambiente che lo circonda, supportando al tempo stesso corrette scelte alimentari. Germinal Bio ha proposto, come novità del 2015, una nuova linea di prodotti realizzati per tutti i consumatori che desiderano evolvere consapevolmente il proprio stile alimentare, senza cambiare abitudini e senza rinunciare alla naturalità del biologico. La linea Vegan, inizialmente composta dai Biscotti Vegan Gocce di cioccolato e dai Biscotti Vegan Tè verde, ha riscosso un grande successo tra i consumatori e, per questo, ha subito di recente un ampliamento: i Biscotti Vegan Nocciole propongono l'abbinamento tra nocciole ed una gustosa frolla senza ingredienti di origine animale.

## Pedon



Alla 27esima edizione di Sana, Pedon ha presentato, al suo stand presso l'area EcorNatura, le nuove insalate surgelate a marchio Bioritmi. Bio e vegane, sono preparate con cereali e verdure fresche. Prevedono una preparazione in padella o al microonde e saranno proposte ai consumatori in due diverse referenze: nella versione "farro e quinoa rossa con broccoletti ed erbetto" e in quella "5 cereali insalata fantasia", con farro, orzo, grano saraceno, mais, avena, legumi e verdure. Queste novità bio dell'azienda con sede a Molvena (VI) saranno commercializzate in vaschetta monoporzione da 250 grammi.

## Kamut Enterprises of Europe



In foto: Rebecca Rossi.

Kamut è un marchio registrato, utilizzato per contraddistinguere e commercializzare un'antica varietà di grano. Un progetto di filiera che garantisce e caratterizza questo cereale coltivato secondo il sistema dell'agricoltura biologica. "Attraverso l'uso di questo marchio registrato dalla famiglia Quinn nel 1990, è possibile garantire ai consumatori che i prodotti a base di grano khorasan Kamut contengono questa antica tipologia, mai ibridata né incrociata e con elevati standard qualitativi", spiega Rebecca Rossi. Tutti i produttori, cui è conferita la licenza gratuita d'utilizzo, sono obbligati a seguire un disciplinare rigido e, negli ultimi 25 anni, l'azienda titolare del marchio registrato ha sviluppato un rigoroso programma di controllo qualità con un sistema di commercio equo nella coltivazione e nella vendita di questa tipologia di grano.

## Girolomoni



La storia di Gino Girolomoni Cooperativa Agricola inizia nel 1971, quando Gino Girolomoni comincia a promuovere a Isola del Piano (Pu) iniziative volte a valorizzare e sostenere produzioni e tradizioni della civiltà contadina, contribuendo contestualmente al sostanziale sviluppo del biologico in Italia. Oggi sono i figli Giovanni, Samuele e Maria a proseguire il lavoro del padre, scomparso nel 2012, e la cooperativa marchigiana conta 100 agricoltori e 37 dipendenti. Nel 2014 ha sviluppato un fatturato di oltre 10 milioni di euro, registrando incrementi medi percentuali, negli ultimi anni, in doppia cifra. A Sana 2015, presentata la nuova linea di produzione per la pasta lunga, un investimento complessivo da tre milioni di euro per Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, e il passaggio, per la pasta con grano Graziella Ra, a un impasto semi-integrale e a un packaging ecocompatibile al 100%. Da segnalare, inoltre, l'aggiunta in gamma dei maccheroni varietà Cappelli e dei filini di semola integrale di grano duro.

## Bordona



L'Azienda agricola biologica Bordona era presente a Sana con tutta la sua produzione di formaggi e latticini biologici. Il caseificio, che si trova a Casalfiumanese, in provincia di Bologna, dal 2003 realizza formaggi, mozzarella, casatella, tomino primo sale, ricotta e yogurt bio, dopo una lunga esperienza nella produzione tradizionale. Il latte con cui Bordona realizza i formaggi bio proviene da mucche di razza pezzata rossa, dell'allevamento dell'azienda.

## Green Gate



Da circa cinque anni Green Gate si occupa esclusivamente di prodotti biologici nell'ambito della ristorazione, importando e distribuendo piatti e bicchieri monouso biodegradabili e compostabili. La società è presente anche sul territorio inglese, dove opera attraverso Green Gate UK, in Germania, e sta aprendo una filiale anche in Spagna. La rosa di clienti va dalla Grande distribuzione, sino ai grossisti, all'horeca e alla vendita al dettaglio.

## Agribosco



Agribosco è un consorzio che conta 130 soci, di cui oltre 60 umbri. Si tratta di aziende agricole biologiche che coltivano complessivamente oltre 7mila ettari di terreno. I prodotti sono quindi trasformati dall'industria alimentare Agribosco, che conta due stabilimenti a Sigillo, in provincia di Perugia. L'offerta è molto ampia e comprende prevalentemente cereali, sementi antiche, prodotti trasformati, farine, pasta, legumi destinati anche all'uso industriale.

## Caseificio Santa Rita Bio



Il Caseificio Sociale Santa Rita Bio di Serramazzoni, in provincia di Modena, era presente a Sana anche con il prodotto bio di punta dell'azienda: il parmigiano reggiano di bianca modenese. Questo formaggio, che nel 2012 si è aggiudicato il primo premio nella categoria degli stagionati oltre 18 mesi a Biocaseus, è presidio Slow Food ed è realizzato con il latte della vacca bianca modenese, che si riconosce dal mantello di colore bianco intenso.

## Cansiglio



Il Centro Caseario Cansiglio si propone a Sana con una novità, ovviamente dedicata al settore bio, che si aggiunge alle altre rinomate referenze biologiche dell'azienda: il latte sia intero sia parzialmente scremato, disponibile nel formato da 1 litro. Pastorizzato a temperatura elevata con shelf-life 21 giorni, è confezionato in un contenitore costituito prevalentemente da cellulosa, realizzata da Tetrapack in materiale certificato Fsc.

## Salvagno

Da quasi cento anni il frantoio Salvagno produce olio extra vergine di oliva destinato a consumatori che ricercano la qualità e la genuinità dei prodotti naturali. Tra le referenze che la storica azienda di Verona ha portato a Sana, anche olive, aceto balsamico e pesto, oltre all'ampia gamma di cosmetici. La linea biologica certificata Salvagno oggi comprende due prodotti di punta: l'olio extravergine di oliva e la polpa di olive.

segue

11

C'è chi si spende con tante parole.  
Per noi oggi una è diventata particolarmente importante:

BIONICO BIOLOGIA BIOGRAFARE BIOREGOLATORE BIOETICO BIOMETRIA  
BIODINAMICO BIOGEOGRAFO BIODIFESA BIOGRAFANDO BIOMETRICO BIOERMA BIOTATTISMO BIOMETRISTA  
BIOFABBRICA BIOSCIA BIOENERGIA BIOMETRICO BIOERMA BIOTATTISMO BIOMETRISTA  
BIOHE... BIOS... BIOGRAFICO  
BIOCI... BIOS... BIOGRAFICO  
BIOGAS BIONESE BIOT... BIOSATELLITE BIOGRA... BIOOCULARE BIOGENESI... BIOFISICO  
BIOMEDICALE BIOGENO BIOCLASTICO BIOGENETICO BIOGRAFIA BIODIVERSITÀ  
BIOCIDA BIONDASTRO BIOCENOSI BIOMASSA BIOMEDICO BIODIVERSITÀ BIOTINA  
BIOETANOLO BIOMETRIA BIOCHIMICO BIOMETRISTA BIOGRAFICO BIODIVERSITÀ BIODIVERSITÀ BIODIVERSITÀ

# BIOLOGICO



Talmente importante che abbiamo voluto farci 2 panettoni!

PANETTONE CLASSICO

PANETTONE CRANBERRY E YOGURT



**BORSARI**  
MAESTRI PASTICCIERI  
dal 1902

Via Cà Mignola Nuova, 1577/A  
45021 Badia Pol. (RO)  
www.BORSARIVERONA.IT

## Sarchio



Sarchio è un'azienda pioniera nel bio. Nata nel 1982, ha sempre creduto nell'agricoltura biologica e nella realizzazione di prodotti adatti al benessere di tutti. Presente prevalentemente in Gd, suo canale di vendita di riferimento, a livello di fatturato ha chiuso il 2014 a quota 10 milioni di euro, con una crescita registrata del 25%; un trend positivo che prosegue anche in questo 2015. A Sana, presentata una nuova linea di snack bio, senza glutine e, in sette delle referenze che la compongono, anche vegan. Oltre a questa, portata in fiera la nuova gamma di prodotti vegani, composta da ben 45 referenze certificate. Infine, a completamento della sua offerta, Sarchio ha inteso consolidare anche a Sana quello che uno dei suoi prodotti di punta: il biscotto bio, con olio di girasole, senza olio di palma, nella versione senza glutine e in quella vegan.

## Salumificio Pedrazzoli



In foto: Emanuele Pedrazzoli.

Salumificio Pedrazzoli ha iniziato a produrre bio nel 1996 e oggi il segmento costituisce il 60% del fatturato aziendale. "La produzione di punta rimane il prosciutto cotto, seguito da prosciutto di Parma, mortadella e bresaola", spiega Emanuele Pedrazzoli. Proprio quest'ultima rappresenta, secondo il produttore, una referenza che spiega bene le logiche di mercato del biologico: "La bresaola è un prodotto molto costoso, sia per il produttore sia per il consumatore. Tuttavia, quest'ultimo è generalmente predisposto a una spesa maggiore, per cui la referenza è premiata". I numeri del bio per Pedrazzoli sono in crescita, sia in Italia sia all'estero, con l'export a catalizzare circa l'80% di questa tipologia. "Da un punto di vista distributivo, collaboriamo esclusivamente con i negozi specializzati, quasi tutti affiliati alle principali insegne del settore. Ultimamente, però, sul mercato si nota sempre più la comparsa anche di punti vendita indipendenti", sottolinea Pedrazzoli. "All'estero, invece, la logica è stravolta: in paesi come Francia e Germania, il mercato bio è quattro volte superiore a quello italiano. Di conseguenza, in quei contesti, dove esistono realtà distributive di proprietà degli stessi produttori, ci affidiamo a distributori che fanno da fornitori semplici".

## Marilina Wine|Bio|Vegan



In foto: Marilina Paternò.

Marilina Wine|Bio|Vegan è un'azienda vitivinicola biologica di Noto (Sr). "Un progetto che nasce nel 2001, su iniziativa di mio padre, e che oggi gestiamo io e mia sorella Federica", spiega Marilina Paternò. Rispetto per la tradizione e valorizzazione del territorio sono i principi su cui si fonda il lavoro delle due giovani sorelle Paternò. "Possediamo circa 60 ettari di vigneto, da cui produciamo vini biologici, sia autoctoni sia internazionali", precisa Marilina. Che aggiunge: "A Sana 2015, portiamo la grande novità della linea vegan Flò, che si compone di due referenze: il Moscato bianco secco e il Nero d'Avola secco". Tra le linee di vini realizzate da Marilina e Federica Paternò, spicca su tutte quella premium: una produzione destinata a un Horeca specializzato e selezionato, limitata a 1000 bottiglie l'anno per referenza e tra cui si segnalano le etichette Elore Pachino Doc riserva, Piovra di stelle Moscato di Noto passito Doc e Gocce d'autunno Nero d'Avola passito Igp.

## Baule volante



A 28 anni dalla sua fondazione, Baule Volante è oggi tra i leader di mercato in Italia per la produzione e la vendita di alimenti biologici. L'avventura di questa realtà familiare inizia nel 1987, con la scelta di distribuire nel nostro Paese il già affermato marchio tedesco di prodotti biologici "Rapunzel". Proprio per omaggiare questo brand "straniero", l'azienda scelse di chiamarsi come una fiaba di Andersen: "Il baule volante". Oggi la sua offerta conta ben 2mila referenze, distribuite prevalentemente a rivenditori specializzati come negozi di alimentazione naturale ed erboristerie. Tra i cardini della filosofia dell'azienda ci sono un'attenta selezione delle materie prime, la costante ricerca di nuovi prodotti e soprattutto la salvaguardia della biodiversità del pianeta e della salute dei suoi abitanti.

## La Fontanina/Redoro



In foto, da sinistra: Daniele Salvagno ed Ester Zanoner.

"La tenuta La Fontanina si trova nel cuore della Valpantena, zona di produzione del Valpolicella Doc", spiega Daniele Salvagno. "Tra viti e olivi, attualmente la superficie coltivata a biologico è pari a 10 ettari di terreno". Sono due le referenze proposte: un Valpolicella Doc e un Amarone Docg. "Cerchiamo di realizzare i nostri vini nella maniera il più naturale possibile", sottolinea Salvagno. Che poi aggiunge: "Si pensi che il nostro Amarone prevede oltre 120 giorni di fase d'appassimento e una trasformazione, in botte grande e piccola, che lo porta ad avere una gradazione alcolica importante, ma allo stesso tempo a mantenere una struttura estremamente elegante". Le etichette La Fontanina sono anche vegan e, di recente, proprio l'Amarone Docg 2010 ha conseguito, in importanti contesti del segmento bio e non solo, numerosi riconoscimenti in ambito internazionale.

In fiera a Bologna, presenti nello stand del produttore veneto, anche le eccellenze di Redoro. A spiccare, le referenze della linea bio: come l'olio extra vergine qualità biologico e le infusioni al limone, al basilico, al rosmarino e al peperoncino in olio extra vergine biologico, ma anche la gamma di creme di oli e verdure bio sott'olio, che completano l'offerta.

## Ghiott



Ghiott, in occasione del suo esordio a Sana, ha portato in fiera quattro nuove referenze bio per il canale retail. I tradizionali cantuccini e i grandi biscotti toscani biologici andranno ad affiancare i classici Ghiottini, il prodotto simbolo dell'azienda fiorentina. "Siamo certificati bio dal 2001", spiega Chiara Turacchi. Che poi aggiunge soddisfatta: "Qui a Sana abbiamo registrato un notevole interesse per la nostra nuova linea biologica, sia da parte dei consumatori sia dai professionisti: d'altronde, siamo orgogliosamente anche gli unici produttori di cantucci industriali bio presenti". Da segnalare che Ghiott è presente in diversi canali di vendita, compresa la Gd, dove da diversi anni ha attivato una partnership d'eccellenza tutta toscana con Frescobaldi.

## Con.Bio.



Piatti vegani e bio pronti da consumare. "Siamo partiti con un progetto dedicato prevalentemente allo specializzato. Poi, man mano che la Grande distribuzione ha cominciato a credere in questo segmento, siamo entrati anche nelle principali insegne italiane". A parlare è Evelina Bernetti, marketing e sales manager di Con.Bio. "Il fatturato 2014 è stato di 9 milioni di euro, e per il 2015 ci aspettiamo un incremento di circa il 30%. Se la nostra presenza nei negozi specializzati è rimasta pressoché stabile, è cresciuta molto la Grande distribuzione, che ora rappresenta il 60% del fatturato. Il restante 30% è costituito dagli specializzati, mentre il 10% sono i mercati esteri. Ci stiamo sempre più focalizzando sull'export paesi come la Germania o la Gran Bretagna adesso sono molto più sensibili al tema del biologico, ma anche il Nord America e l'Australia stanno attivamente cercando produttori italiani bio".

## Vida



In foto, a sinistra, Cristian Vida.

"Siamo certificati per la produzione bio dal 2000 e, a oggi, il 15% dei nostri prodotti è biologico", spiega Cristian Vida. Diverse le criticità che si registrano nel mondo dei salumi per chi s'impegna a produrre bio: "Un mercato interessante, ma anche difficile: l'esiguità della materia prima e la poca costanza nel suo approvvigionamento ci rendono ancora impreparati ad affrontare eventuali clienti grossi", spiega Vida. "D'altronde, è anche da evidenziare che gli allevatori non sono ancora invogliati a investire sul biologico, visto che i numeri rimangono piccoli. In più, servirebbe anche una genetica diversa: un maiale più piccolo". È l'export a fare da traino per Vida nel settore del bio, dove i mercati esteri pesano per il 60% sul giro d'affari dell'azienda. "Da un punto di vista dei trend di vendita, si nota sempre più che, sul bio, il canale della ristorazione ricerca il prezzo. Tra i nostri prodotti di punta, si segnalano il prosciutto cotto e i würstel, referenze rivolte principalmente ai negozi specializzati".

## Rossi



Attiva dal 1955, Rossi è un'azienda modenese che produce pasta fresca di alta qualità artigianale, con un'attenta selezione delle materie prime. Se da

tempo Rossi vanta certificazione IFS e BRC, di recente ha ottenuto anche la certificazione per la produzione biologica e vegana. Le nuove linee di pasta bio vengono prodotte con grani pregiati, coltivati con metodo biologico certificato, come i Tortelloni Kamut e i Ravioli integrali. Rossi ha poi messo a punto tre nuove ricette vegane, in completa assenza di proteine animali e con ingredienti selezionati biologici e di origine vegetale. Le ricette – ravioli con germogli di soia e tofu, tortelloni con ceci e zenzero, e tortelloni con miglio, spinaci, tofu e seitan – sono state elaborate con la collaborazione di uno chef di grande esperienza nel mondo vegan, e testate su un panel di consumatori esperti.

## Ki Group



Fondata nel 1974 a Torino da Pietro Bianchi, quando anche il solo concetto di alimentazione biologica era da considerarsi pionieristico, Ki Group è oggi specializzata nella distribuzione di prodotti biologici, biodinamici e naturali in Italia. Nel complesso, l'azienda serve direttamente circa 4.500 negozi di alimentazione naturale, erboristerie e farmacie. E alcune migliaia indirettamente. La gamma è costituita da circa 2.500 prodotti delle migliori marche del biologico e del naturale nel nostro Paese. Oltre all'attività distributiva, Ki Group controlla il 100% della società La fonte della vita, specializzata nella creazione di prodotti biologici vegetali freschi, sostitutivi della carne e del formaggio.



La nostra linea di prodotti senza lattosio e con caglio vegetale.

**Il buono del latte** facilmente digeribile e con una declinazione **vegetale.**



**CASEIFICIO COMELLINI ROBERTO S.p.A**

Via Flavio Gioia, 6 - 40024 Castel S. Pietro Terme (BO)

Tel. 051 941376 - Fax 051 944969

info@caseificiocomellini.com - [www.caseificiocomellini.com](http://www.caseificiocomellini.com)

## FlatBag

Uno shopper realizzato interamente in carta e impiegando solamente colle prive di ftalati ed inchiostri ad acqua. È questo il prodotto principe dell'assortimento dell'azienda FlatBag, presente in fiera con i propri imballaggi, totalmente compostabili e riciclabili al 100%. Le borse FlatBag in fibra vergine, certificate FSC e disponibili in diversi formati, sono riutilizzabili e resistenti, pur mantenendo una grammatura bassa.

## La Vecchia Dispensa



“La Vecchia Dispensa è un'acetaia che produce anche aceto bio”, racconta Federica Sovrani, export manager. “Il biologico è una delle nostre produzioni più interessanti, perché è quella che ha maggiore richiesta al momento. Le aree geografiche su cui lavoriamo di più sono quelle storicamente più sensibili a questa tematica, ossia il Nord Europa, ma anche l'Australia e gli Stati Uniti. In Italia la richiesta è inferiore, forse perché l'attributo 'bio' si associa ad altri tipi di prodotti e non all'aceto balsamico, dove il concetto di biologico è ancora a livello embrionale”.

## Molino Agostini



In foto: Roberto Agostini.

“Veniamo dalle Marche, una regione fortemente vocata al bio”, spiega Roberto Agostini. “E da 15 anni, Molino Agostini è completamente convertito alla produzione biologica, con una particolare attenzione alla riscoperta degli antichi cereali locali”. L'azienda sviluppa un fatturato medio di tre milioni di euro l'anno, grazie anche alla cura di ogni passo del percorso di produzione. “Abbiamo conferitori storici tra Marche e Abruzzo, cui siamo legati da rapporti stretti: un'etica del lavoro che rappresenta la prima garanzia di qualità, al di là di quelle che possono essere certificazioni”. Tra le novità portate a Sana: la linea di pasta biologica.

## Cantina Aldeno



Cantina Aldeno è una realtà storica del vino trentino. Nata nel 1910, da cinque anni produce una linea di etichette bio, che comprende nove referenze tra bianchi e rossi. Tutti vini biovegan, con certificazione di conformità. A Sana 2015 presentate le novità dell'anno: il Moscato giallo, il Merlot, il Cabernet Sauvignon, il Lagrein e il Trentino rosso.

## Carnesi



In foto: Michele Cristofoli ed Elena Venturini.

Carnesi, con il marchio Bioalleva, offre una produzione di carni e salumi provenienti da agricoltura biologica certificata. Distribuite in Italia e all'estero, le referenze sono destinate ai canali Horeca, industria, negozi specializzati, Gd e Do e ristorazione collettiva. “Il bio costituisce la quasi totalità del nostro giro d'affari”, spiega Elena Venturini, a nome dell'azienda. “Macinati e carne trita sono i prodotti più richiesti e la ripartizione nelle vendite si suddivide in tre principali segmenti: circa il 75% di carne fresca, il 5% di carne surgelata e un 20% di salumi”. Principali riferimenti per l'azienda sono i negozi specializzati, “ma collaboriamo anche con un'insegna della grande distribuzione che ha inserito sul banco macelleria l'area delle carni bio”.

## Grissinificio Europa



Il Grissinificio Europa nasce nel 1990 a Guarene, in provincia di Cuneo, affermandosi col tempo come realtà di primo piano nella produzione artigianale italiana di grissini e prodotti da forno. Nella realizzazione dei suoi prodotti utilizza materie prime certificate, non Ogm, di provenienza italiana e fornite da aziende con le quali è legata da partnership storiche. A Sana, Grissinificio Europa era presente con la linea di grissini artigianali biologici distribuita con il marchio La Buona Terra.

## Rocche della Sala



In foto: Nicola Romeo.

“Siamo una realtà bio certificata, con 70 ettari di vigneti, per un produzione che si attesta attorno alle 5mila bottiglie”, spiega Nicola Romeo. “Tra le nostre principali referenze, si trovano delle eccellenze tipiche del vino siciliano, come il Grillo e il Nero d'Avola”. La cantina opera principalmente attraverso la vendita diretta delle proprie etichette e la distribuzione in ambito locale. Ma Nicola Romeo precisa: “Siamo un'azienda giovane e ci stiamo attrezzando per espanderci anche sui mercati esteri”.

## Agricola Grains

L'impegno della famiglia Roncon nel settore agroalimentare data al 1930. Nel 1991, Massimo e Monica Roncon prendono la decisione di fondare Agricola Grains. Oggi, l'azienda è una consolidata realtà internazionale nel settore della raccolta e commercializzazione di cereali da agricoltura biologica, oltre che nell'assistenza tecnica. A Sana 2015 Agricola Grains si è fatta promotrice del convegno “Nutraceutica: oli vegetali a crudo, nuovi protagonisti nella prevenzione. Dalla ricerca, le formule NutraOils per l'apporto funzionale di Omega 3, 6 e 9”.

## AT&B

AT&B nasce nel 1998 dalla passione per la tradizione pasticceria italiana dei suoi fondatori. Oggi rappresenta l'unico polo produttivo interamente dedicato alla produzione di dolci da ricorrenza, panificati, lievitati e paste frolle, tutti bio. A Sana 2015 era presente coi marchi SpecialFree e SpecialDiet, la gamma biologica più completa di alimenti dietetici e per specifiche esigenze nutrizionali, distribuita in farmacie e nei negozi specializzati bio.



## Antico Molino Rosso



In foto: Gaetano Mirandola.

Antico Molino Rosso si trova a Buttapietra, in provincia di Verona. “Siamo una realtà produttiva che realizza un fatturato medio annuo di 27 milioni di euro, presente tanto nei negozi specializzati del bio, quanto in Gd. E a breve, entreremo in distribuzione anche online, su richiesta di Amazon”, spiega Gaetano Mirandola. Tante le novità 2015 a livello aziendale: in particolare, Bio Academy, momento formativo che rappresenta l'evoluzione dei tradizionali corsi di panificazione e un'opportunità per chi vi partecipa per specializzarsi a 360° sul bio. Tra le novità portate in fiera da Antico Molino Rosso, si segnala in particolare la farina semintegrale di segale e grano della linea Aida.

## Cossentino



In foto: Francesco Cossentino.

“La nostra offerta comprende 13 referenze, da vitigni autoctoni e internazionali”, sottolinea Francesco Cossentino. L'azienda, che dal 1995 produce esclusivamente biologico, realizza circa 70mila bottiglie l'anno, con l'export che incide per il 65% sulle vendite. “All'estero, i nostri vini sono particolarmente apprezzati in Germania, Svizzera, Svezia e Giappone”, spiega Cossentino. “In Italia, i nostri vini bio si possono trovare in distribuzione anche in Emilia Romagna, Veneto e Lombardia”.

## Piacere Terra



Piacere Terra nasce a Milano nel 2013 dalla collaborazione tra due storiche realtà dell'industria e della distribuzione italiana. Con un'offerta di oltre 4500 prodotti, oggi punta a imporsi come uno dei riferimenti nel nuovo mercato specializzato del biologico e della biodiversità. Obiettivo: allargare il numero di consumatori che scelgono il bio, proponendo una gamma di referenze selezionate ampia e accessibile a tutti, grazie al miglior rapporto tra qualità e prezzo.

# FOCUS COSMESI

## L'Erbolario



In foto: Daniela Villa.

L'azienda è nata nel 1978 dalla passione di Franco Bergamaschi e Daniela Villa, erboristi. "Da subito ci siamo dati un mantra preciso: rispetto per l'uomo, per l'animale e per l'ambiente", spiega Daniela Villa. "L'erboristeria produceva fitocosmetici con ingredienti totalmente di origine vegetale e il 60% delle referenze vendute era di nostra produzione. Grazie a un passaparola positivo, l'azienda è cresciuta molto e nel 1982 abbiamo aperto un'officina di produzione all'interno del Parco Adda Sud. Poi, nel 2000, ci siamo trasferiti nel nuovo sito produttivo, sempre nella stessa area. Oggi abbiamo sette prodotti della linea Bio Ecocosmesi certificati Icea, oltre a estratti biologici che utilizziamo per creme e bagnischiuma; inoltre, abbiamo la Linea Goji, certificata Cosmos Organic". L'azienda si occupa dell'intero processo, a partire dallo studio del prodotto, con 20 ricercatori e investimenti costanti nella R&S. L'Erbolario sviluppa in media 40-50 prodotti nuovi ogni anno ed è presente in circa 5mila punti vendita, di cui 150 hanno aderito al franchising. "Tramite distributori, siamo presenti in 26 Paesi esteri, in prevalenza asiatici", spiega Daniela Villa. Che precisa: "Oltre a L'Erbolario, l'azienda ha anche una consociata in Umbria, Erbamea, che produce integratori alimentari".

## Lepo



In foto: Luisa Pedrini.

Lepo è un'azienda di cosmetici e make up bio, con 30 anni d'esperienza alle spalle nella realizzazione di prodotti naturali. Presente con le sue referenze in erboristerie, farmacie, parafarmacie e negozi specializzati di tutta Italia, si rivolge a un pubblico selezionato ed esigente, che ricerca innanzitutto qualità. Tra le novità presentate a Sana 2015, il fondotinta bio lift certificato, che si caratterizza per performance d'alta gamma.

## Helan



In foto: Malva Moncalvo.

Helan, azienda con sede a Genova, è dal 1976 una realtà consolidata del settore. I suoi prodotti, realizzati a partire da materie prime naturali con il rigore scientifico proprio del laboratorio di ricerca, sono diffusi in erboristerie, farmacie, parafarmacie e negozi specializzati del bio di tutta Italia. Più di 400 le referenze proposte a listino: un'offerta in cui si segnalano le linee per la cura della persona (uomo, donna, bambino) e della casa. Helan è presente coi suoi prodotti in diversi Paesi esteri, dall'Europa all'Oriente, fino agli Usa.

## Alkemilla



In foto: Paolo Morale.

Alkemilla, alla sua seconda partecipazione a Sana, è un'azienda molto giovane, nata nel 2013, ma già in grado di offrire 240 referenze, dalla cosmesi bianca, creme viso e corpo, alla cosmesi colorata, make up e referenze simili. Può vantare 600 rivenditori in tutta Italia, tra farmacie, parafarmacie ed erboristerie, nonché una presenza anche in Eataly. A breve, prevista l'apertura della distribuzione sul mercato spagnolo. La maggior parte dei prodotti Alkemilla sono certificati Icea e Lav; in più, sono sottoposti a test che garantiscono l'assenza di metalli pesanti. Tra i progetti dell'azienda per il futuro, ci sono l'ulteriore ampliamento della gamma e la conquista di altri mercati europei.

## Optima Naturals



In foto: Nuria Colombo.

Optima Naturals vanta una lunga esperienza nel settore fitoterapico, derivante dalla pluriennale collaborazione con importanti aziende inglesi quali Optima Health & Nutrition, il gruppo William Ransom & Sons plc e più recentemente Dr Organic Ltd. Optima Naturals inoltre distribuisce in Italia, i prodotti Dr Organic, certificati Bio Active. Inoltre, l'azienda presenta in esclusiva Optimar, dispositivi medici a base di acqua di mare, in particolare spray per naso e orecchie. I canali di vendita in cui opera sono quelli classici del settore: farmacie, parafarmacie ed erboristerie.

## Natural Point



Natural Point è un'azienda che produce esclusivamente integratori, nata nel 1993 e specializzata da subito nel magnesio. I suoi prodotti sono presenti in erboristerie, negozi bio e farmacie. "Il nostro lavoro è adempiere a una missione, quella di migliorare le persone: il corpo è una macchina che ha bisogno del carburante giusto, dunque di un'alimentazione corretta", spiega Cosmo Simone. "Il nostro portfolio presenta una serie di prodotti biologici certificati Agricert: tra cui due tipologie di alghe, una di acqua di mare e una di acqua dolce, un kit di orzo pre-germogliato e l'aloè vera".

## Green Project Italia



In foto: Giulia Dario.

Green Project Italia è una realtà che nasce sfruttando le potenzialità dell'e-commerce nel 2009. Oggi, grazie a una rete agenti sviluppata, è presente in tutta Italia in erboristerie, farmacie e negozi specializzati del bio. A Sana, presentata Nebiolina, la nuova linea cosmetica bio che comprende prodotti indirizzati al baby care, ma anche quelli per il personal care. Una gamma di referenze con estratto d'avena da coltura biologica certificata e dermatologicamente testate su pelli sensibili.

Accesso riservato solo  
a visitatori professionali

Norimberga, Germania

10 - 13.02.2016

# BIOFACH2016

into organic

Salone Leader Mondiale degli Alimenti Biologici

## BIOFACH. ISPIRA CON INNOVAZIONI SOSTENIBILI.

Da non perdere in nessun caso: una varietà e molteplicità di alimenti biologici uniche al mondo. Ciò che fa del BIOFACH il salone leader mondiale e la piattaforma di networking per l'intero settore bio: il credo in una certificazione coerente e la forte internazionalità dei **2.140 espositori** e **44.624 visitatori\***.

Dovete averlo visto: lo **Stand novità** con i trend più importanti, gli ultimi prodotti e l'elezione del **Best New Product Awards**. Da visitare a tutti i costi: il **Congresso BIOFACH** con il focus su „**Organic 3.0 – Agire per più bio**“. Maggiori informazioni in merito e altri highlight del salone al sito:

[BIOFACH.COM](http://BIOFACH.COM)

In concomitanza con  
**VIVANESS2016**  
10 years into natural beauty

Salone Internazionale  
della Cosmesi Naturale

\*BIOFACH e VIVANESS 2015

INSERITE  
L'APPUNTAMENTO  
DIRETTAMENTE NELLA  
VOSTRA AGENDA.



### PER INFORMAZIONI

NürnbergMesse Italia S.r.l.  
Tel +39.02.28 51 01 06  
Fax +39.02.28 50 76 23  
[info@nm-italia.it](mailto:info@nm-italia.it)

### ENTE ORGANIZZATORE

NürnbergMesse  
Tel +49 (0) 9 11. 86 06-49 09  
Fax +49 (0) 9 11. 86 06-49 08  
[visitorservice@nuernbergmesse.de](mailto:visitorservice@nuernbergmesse.de)