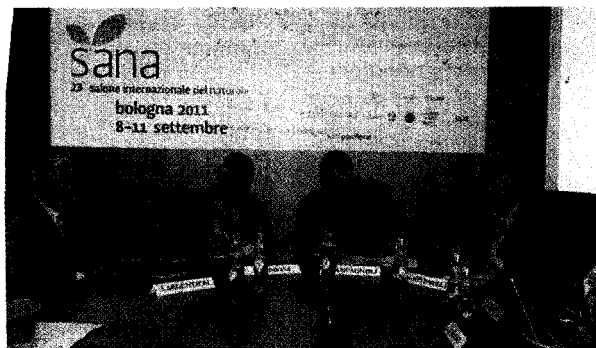




Presentazione dell'edizione 2011 di Sana

Il bio si mette in mostra

A settembre 'Sana' presso Bologna Fiere

Le imprese bio trovano un'occasione straordinaria per agganciare i mercati internazionali dall'8 all'11 settembre prossimo nei padiglioni di Bologna Fiere, nell'ambito dell'edizione 2011 di 'Sana'. Gli organizzatori dell'ormai storico Salone del biologico e del naturale sono, infatti, riusciti ad attrarre un notevole numero di buyer provenienti da Libano, Emirati Arabi Uniti, Usa e paesi dell'Est Europeo. Inoltre FederBio, in collaborazione con il ministero dello Sviluppo economico, Ice e Bo-

logna Fiere sta selezionando circa 200 operatori da Francia, Germania, Spagna, Svizzera, Belgio e Olanda. Il comparto bio, uno tra i più innovativi e trainanti dell'agroalimentare italiano, necessita di far conoscere le proprie caratteristiche sia in Italia che all'estero. Ma ha bisogno anche del sostegno alle imprese produttrici che subiscono la crescente concorrenza estera.

"La nostra regione - spiega Paolo Carnemolla, presidente Prober, associazione dei produttori biologici e biodi-

namici dell'Emilia Romagna - è leader nazionale per la trasformazione e distribuzione, nonché per l'export di prodotti bio. Il primo trimestre 2011 ha visto una crescita dei consumi domestici intorno al 16%, superiore di oltre 3 punti alla media italiana. Ma il numero delle aziende è in calo, così come in tutto il Paese, scontando la notevole diminuzione dei sostegni europei e la crescita dei costi di produzione. Con la Regione stiamo lavorando perché la nuova Pac ristabilisca una maggiore competitività rispetto ai paesi emergenti".

L'Emilia-Romagna resta la prima regione del centro nord per produzione biologica e la prima in Italia per consumo (dati BioBank). Inoltre, è una delle realtà europee più vivaci sul fronte della riduzione dell'uso dei prodotti di sintesi. Anche quest'anno, al Sana, la Camera di commercio di Bologna finanzia una missione di buyer delle più importanti catene commerciali di Usa e Canada che le aziende bolognesi incontreranno one to one. Inoltre gli operatori newyorkesi selezioneranno prodotti made in Bologna da proporre per due settimane (dal 13 al 27 novembre) in alcuni rinomati locali della grande mela.