



“Being Organic in Eu” promuove il biologico europeo a Marca 2023



17 Gennaio 2023

Agenparl ItaliaByRedazione

(AGENPARL) – mar 17 gennaio 2023 COMUNICATO STAMPA

“Being Organic in Eu” promuove il biologico europeo a Marca 2023

Uno stand istituzionale, la promozione del workshop sul ruolo del biologico nella GDO e l'organizzazione di incontri B2B nell'area lounge tra buyer e operatori per creare opportunità di business: il progetto Being Organic colora di green la più importante vetrina dedicata alla marca del distributore.

Bologna, 17 gennaio 2023 – Being Organic in Eu tra i protagonisti di Marca 2023. La principale manifestazione internazionale dedicata al settore MDD, che si terrà il 18 e 19 gennaio a BolognaFiere, diventa agorà di promozione del biologico europeo grazie alla presenza del progetto che ha l'obiettivo di valorizzare un sistema agroalimentare sostenibile in linea con gli obiettivi del Green Deal, delle strategie Farm to Fork, Biodiversità 2030 e del Piano d'Azione europeo per il bio.

Nell'ampio spazio espositivo (Pad. 28, stand B9-C8) si potranno approfondire le iniziative di Being Organic in Eu, che vede una sinergia tra FederBio e Naturland, Associazione internazionale per l'agricoltura biologica fondata in Germania nel 1982, per sensibilizzare a un consumo più etico, salutare e sostenibile comunicando in maniera molto chiara gli effetti positivi di un'alimentazione bio per la salute dell'uomo e dell'ambiente.



Being Organic in Eu promuove il workshop “Il Bio nella Distribuzione Moderna Italiana: scenario evolutivo, performance, ruolo, spazi di mercato” di giovedì 19 gennaio, alle ore 10.30, nella Gallery Hall del padiglione 21/22. Durante l’evento verranno analizzate le potenzialità di sviluppo del biologico nella distribuzione moderna, in un contesto contrassegnato dalle insidie del greenwashing e dalla contrazione economica, individuando nuovi strumenti e piattaforme di collaborazione tra produttori e distributori. La partecipazione di Being organic in Eu a Marca prevede, inoltre, la realizzazione della Buyers lounge, uno spazio B2B riservato agli incontri con i buyer per creare nuove opportunità di business.

Si tratta di iniziative realizzate nell’ambito della campagna Being Organic in Eu promossa da FederBio in collaborazione con Naturland e cofinanziata dall’Unione Europea ai sensi del Reg. EU n.1144/2014.

“Manifestazioni di valenza internazionale come Marca rappresentano la vetrina ideale per promuovere il biologico europeo e avviare un’efficace attività di promozione, comunicazione ed educazione alimentare sui valori del bio. La Distribuzione Moderna rappresenta un mezzo fondamentale per lo sviluppo del comparto, ecco perché con il progetto “Being Organic in Eu” abbiamo organizzato una serie di incontri B2B tra operatori e buyer anche con l’obiettivo di trasferire conoscenze sulle specificità dei metodi di produzione biologica nell’Unione, in particolare in termini di sicurezza alimentare, tracciabilità, naturalezza, etichettatura, rispetto dell’ambiente e della sostenibilità. Inoltre, per promuovere il bio con “Being Organic in Eu” abbiamo organizzato le ‘Restaurant weeks’ che proseguiranno dopo Marca, si tratta di appuntamenti di formazione con degustazione dedicati alla ristorazione, durante i quali chef e sommelier spiegheranno nel dettaglio le caratteristiche organolettiche e gustative che caratterizzano i prodotti biologici”, ha dichiarato Paolo Carnemolla Segretario Generale FederBio.

BEING ORGANIC in EU

Choose the European Organic Leaf for a better world.

Il progetto BEING ORGANIC in EU è una campagna di promozione proposta da FederBio in collaborazione con Naturland cofinanziata dall’Unione Europea ai sensi del regolamento UE n.1144/2014 e prevede un insieme articolato di azioni con l’obiettivo di migliorare la conoscenza, il prestigio e il consumo dei prodotti ortofrutticoli biologici verso i due paesi target: Italia e Germania. “BEING ORGANIC in EU” mira a contribuire ad un sistema agroalimentare sostenibile a sostegno del “Green Deal Europeo” e delle strategie “Farm to Fork” e “Biodiversità 2030” per favorire un sistema alimentare etico, salutare, resiliente dal punto di vista climatico ed ecologico e a mettere in risalto le caratteristiche virtuose dell’agricoltura biologica europea, sia in termini di qualità del prodotto sia di sostenibilità, dalla produzione primaria fino al consumatore. Per queste ragioni le iniziative messe in campo dal progetto sono del tutto in linea con gli obiettivi dell’“European Green Deal” e le sue strategie e funzionali alla realizzazione del “Piano d’azione europeo per lo sviluppo dell’agricoltura biologica”.

Contatti: Pragmatika s.r.l.

Silvia Voltan

Pragmatika · Via Vittoria 5b · San Lazzaro Di Savena, BO 40068 · Italy

