



## “Being Organici in Eu”, nato per promuovere la cultura bio in Europa, protagonista a Biofach



### FOOD E SOSTENIBILITÀ

Evoluzione del mercato bio, l’etichettatura di sostenibilità: tra i temi al centro dell’agenda Being Organic in Eu a Biofach 2023

Pubblicato  
25 minuti fa

Un’opportunità di confronto e dialogo preziosa quella che si è determinata a Biofach 2023, grazie a una serie di iniziative realizzate nell’ambito di “Being Organic in Eu” risultato della collaborazione tra FederBio, Naturland e IFOAM OE, che si sono concentrate su temi cruciali per il mondo del bio.

Nella sessione “*European organic market developments*”, il confronto si è focalizzato sugli sviluppi del mercato biologico dell’Ue che vede una domanda in rallentamento che si posiziona sui trend pre-Covid, periodo nel quale invece si era verificata una accelerazione della stessa. La sintesi emersa ha evidenziato il ruolo fondamentale della comunicazione, anche realizzata in sinergia tra gli operatori del mondo del bio, considerata una leva essenziale da rafforzare per informare i consumatori e permettere loro di conoscere tutti i valori sottesi a una scelta bio.

Tutti i relatori della sessione hanno concordato sull’importanza della condivisione delle esperienze internazionali, resa possibile dai progetti promozionali dell’Ue, come *Being Organic in EU*.

Altro momento di rilievo è stata l’iniziativa “Networking Reception” durante la quale



Eduardo Cuoco, direttore di IFOAM Organics Europe, Paolo Carnemolla, segretario generale di FederBio e Marco Schlüter, head of Strategy & International Naturland, hanno presentato gli obiettivi e le attività del progetto “Being Organic in Eu”. La reception ha rappresentato una preziosa occasione per favorire la relazione e la socializzazione tra i diversi operatori del mondo bio, oltre che per evidenziare l'importanza delle campagne promozionali dell'Ue per gli stakeholder del biologico e per il futuro del settore. Ospite della sessione è stato Jorge Pinto Antunes, Vice Capo di Gabinetto del Commissario europeo all'Agricoltura, che ha espresso il proprio apprezzamento per l'impegno dei partner del progetto evidenziando la necessità di utilizzare di più e al meglio le risorse per la promozione dei prodotti biologici messa a disposizione dalla Commissione in un momento in cui è necessario puntare al consolidamento e alla crescita del mercato dei prodotti biologici europei.

La network reception è stata preceduta dal “Policy Day event” di IFOAM OE – durante il quale è stato divulgato l'interessante il Rapporto “Study on the environmental impacts of achieving 25% organic land by 2030 published” di Nicolas Lampkin and Katrin Padel che ha tratteggiato il quadro degli impatti positivi – in termini di benefici ambientali, mitigazione dei cambiamenti climatici, riduzione dell'inquinamento da azoto e miglioramento della biodiversità – che si determinerebbe con il raggiungimento della quota del 25% di terreni agricoli biologici nell'Ue.

Per esempio, le emissioni totali di gas serra sarebbero ridotte fino a 68 milioni di tonnellate di CO2 all'anno, vi sarebbe una contrazione del 15% delle emissioni totali di gas serra dell'agricoltura dell'UE-27, la biodiversità aumenterebbe del 30% su terreni agricoli biologici rispetto a quelli senza agricoltura biologica. Lo studio evidenzia, inoltre, che la conversione al biologico determinerebbe la riduzione del 90-95% dell'uso dei pesticidi, consentendo così di raggiungere un altro obiettivo ambizioso della strategia Farm to Fork: la diminuzione del 50% del rischio e dell'utilizzo dei pesticidi chimici entro il 2030.

Il Rapporto di Lampkin e Padel rappresenta dunque una chiara attestazione dei benefici ambientali, sociali ed economici che l'agricoltura biologica può produrre con il raggiungimento del 25% di terreni agricoli biologici.

Per centrare questi traguardi diventano, però, fondamentali progetti di sensibilizzazione e promozione come Being Organic in Eu con l'obiettivo di supportare la strategia Farm to Fork e trasferire con chiarezza i benefici che il biologico comporta per la salute e l'ambiente.

Per leggere lo studio completo: <https://bit.ly/3Zauq4Q>.

Un ulteriore tema di rilievo, affrontato nel convegno *Sustainability labelling & the Planet-score: what is at stake?*, è stato quello dell'etichettatura di sostenibilità, fondamentale per tutti gli operatori del biologico e decisiva anche per supportare la domanda del settore. Dal confronto è emerso un approccio critico verso l'attuale metodologia che caratterizza le etichette basata sull'LCA (*Life Cycle Assessment*) che non si presta efficacemente a valutare l'impatto ambientale dei prodotti agroalimentari e potrebbe favorire sistemi di produzione intensivi piuttosto che metodi di agricoltura sostenibili, come appunto quello biologico.

Tra le alternative possibili è stata presentata *PlanetScore*, utilizzata in Francia, che pur integrando i criteri PEF (*Product Environmental Footprint*) propri del metodo LCA, considera altre esternalità che la rendono un'etichetta più completa, anche in funzione del raggiungimento degli obiettivi del Green Deal dell'Ue e della strategia Farm to Fork.

*“I dati del Rapporto sugli impatti ambientali al raggiungimento del 25% di superficie bio entro il 2030 rappresentano un'importante analisi di tutti gli impatti positivi dal punto di vista ambientale, sociale ed economico che si andrebbero a determinare grazie all'affermazione su larga scala del modello biologico – ha commentato Paolo*



**Carnemolla** Segretario Generale FederBio –. *È confermato un significativo miglioramento della biodiversità, dell'inquinamento da azoto e da uso di pesticidi e una concreta mitigazione del cambiamento climatico, sempre più urgente date le calamità che ci colpiscono con sempre maggior frequenza. Come richiamato in più sessioni di lavoro nel corso di questa edizione di Biofach, è fondamentale investire in progetti di comunicazione e promozione, come Being Organic in Eu, in grado di creare solide sinergie tra gli operatori del settore e dare vita ad attività di sensibilizzazione, formazione ed educazione alimentare verso i cittadini a sostegno della domanda di prodotti biologici”.*

