



## **FEDERBIO, 17/1 “BEING ORGANIC IN EU” PORTA IL BIOLOGICO EUROPEO AL CENTRO DI MARCA 2024**

[federbio-17-1-being-organic-in-eu-porta-il-biologico-europeo-al-centro-di-marca-2024">](#)



(riproduzione riservata)

“ **being organic in eu** , la campagna triennale cofinanziata dall’unione europea con l’obiettivo di trasferire i benefici che il biologico comporta per la salute delle persone e l’ambiente, si presenta a marca con una piattaforma di iniziative tese a valorizzare e promuovere la crescita dell’alimentazione sostenibile e salutare, senza chimica di sintesi”. lo rende noto un comunicato di **federbio** , che così’ prosegue: “nello spazio espositivo **being organic in eu** (pad. 28- stand e2) sarà possibile conoscere le attività del programma di promozione per incentivare lo sviluppo del biologico europeo. 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. mercoledì’ 17 gennaio, alle ore 9.30, nella gallery hall (pad. 21-22), il convegno dal titolo ‘l’italia di oggi e di domani: il ruolo sociale ed economico del biologico nella distribuzione moderna’, promosso da assobio, analizzerà le opportunità e le sfide del settore nella gdo. durante l’incontro verranno presentati i dati sulla categoria per il mercato italiano ed europeo e le potenzialità di sviluppo del biologico nella distribuzione moderna. dopo l’intervento introduttivo di maria grazia MAMMUCCINI presidente di **federbio** , nicola DE CARNE, retail customer success leader nielseniq, presenterà i dati del mercato italiano ed estero, a seguire silvia ZUCCONI, responsabile market intelligence nomisma, traccerà il nuovo rapporto tra consumatore e distribuzione moderna. seguiranno due tavole rotonde, la prima approfondirà il punto di vista dei distributori sulla mdd bio come leva di crescita, la seconda si concentrerà sul valore sociale del bio nella distribuzione moderna, con un focus sui progetti di filiera e il giusto prezzo. le conclusioni di nicoletta maffini, presidente assobio, faranno una sintesi delle sfide e opportunità di sviluppo del biologico. le iniziative proposte da **being organic in eu** a marca prevedono anche attività di networking per consolidare sinergie tra gli



stakeholder del settore come la buyers lounge, dedicata agli appuntamenti b2b, e l'aperitivo a tema: 'talk and taste: gustare i prodotti ittici biologici nell'ue', che si terrà il 17 gennaio alle 11.00 al bologna congress center, organizzato da naturland, una delle più importanti organizzazioni di agricoltori e produttori biologici a livello mondiale. 'il biologico ha un ruolo sempre più strategico all'interno della distribuzione moderna – ha commentato paolo CARNEMOLLA, segretario generale **federbio** – ecco perché il programma di promozione triennale **being organic in eu**, istituito grazie a un partenariato tra **federbio** e naturland, ha scelto la prestigiosa vetrina internazionale di marca per attivare iniziative di promozione e comunicazione dei valori e dei benefici che il biologico comporta dal punto di vista ambientale, sociale ed economico, ma anche attività di networking per creare nuove opportunità di business fondamentali per lo sviluppo del comparto'.

