



COMUNICATO STAMPA

“Being Organic in EU”: importanti risultati e un rinnovato impegno per la valorizzazione del biologico europeo

Il progetto triennale - nato dalla collaborazione tra FederBio e Naturland, cofinanziato dall'Unione Europea - continua a SANA Food e Rivoluzione Bio il percorso di promozione di un sistema agroalimentare più sostenibile e resiliente.

Milano, 19 settembre 2024 – Un impatto concreto nel diffondere la cultura e i benefici di una produzione agricola che non usa chimica di sintesi per tutelare la biodiversità, la fertilità del suolo e contrastare i cambiamenti climatici. In vista di appuntamenti rilevanti per il settore, come Rivoluzione Bio e SANA Food, “Being Organic in EU” traccia un bilancio positivo delle attività svolte e annuncia importanti appuntamenti per i prossimi mesi, tra cui i Bio Tour, percorsi guidati in aziende agricole biologiche, che hanno l’obiettivo di far conoscere dal vivo le pratiche e i vantaggi ecosistemici dell’agricoltura biologica.

I volumi di crescita del mercato bio in Italia, che ha raggiunto un valore complessivo di circa 5,4 miliardi di euro, attestano l’efficacia delle campagne di promozione e comunicazione attivate dall’UE per aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli dell’Unione, creando nuove opportunità di mercato. In particolare, “Being organic in EU” sta centrando l’obiettivo di incrementare la considerazione e la conoscenza dell’agricoltura biologica, la riconoscibilità del logo bio europeo e di sensibilizzare a un consumo più sostenibile.

Il progetto, che si concluderà il 31 marzo 2025, si è infatti particolarmente distinto per la capacità di raggiungere un ampio pubblico attraverso la partecipazione a eventi di rilievo internazionale, che hanno offerto la piattaforma ideale per promuovere il confronto e il dialogo sul biologico europeo, coinvolgendo produttori, distributori e consumatori in seminari tecnici, workshop informativi, iniziative di networking e degustazioni. Si tratta di attività 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.



"Being Organic in Eu ha permesso di creare solide sinergie tra gli operatori del settore e dare vita ad attività di promozione, formazione ed educazione alimentare verso i cittadini, a sostegno della domanda di prodotti biologici. Riconosciamo il valore di questi programmi, che puntano a sensibilizzare a un cambio di paradigma nel modo di produrre e consumare cibo, valorizzando uno stile alimentare più etico, salutare e resiliente dal punto di vista climatico ed ecologico", ha sottolineato Paolo Carnemolla, Segretario Generale di 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 stampa:

Pragmatika s.r.l. | Silvia Voltan | silvia.voltan@pragmatika.it | Mob. 331 1860936