



COMUNICATO STAMPA

“Being Organic in Eu” porta il biologico europeo al centro di MARCA 2024

Uno spazio espositivo dedicato, l'organizzazione del workshop sul ruolo strategico del biologico nella distribuzione moderna, ma anche iniziative di networking che comprendono la Lounge B2B e l'aperitivo tematico a cura di Naturland. Questa la ricca agenda che caratterizza la presenza alla 20esima edizione di MARCA del progetto internazionale nato con l'obiettivo di promuovere la cultura del biologico.

Bologna, 15 gennaio 2024 – 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.

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, presso la 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'evento verranno presentati i dati sulla categoria per il mercato italiano e 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, tratterà 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 presso il 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".*

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 dal "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