

bio, tuo, suo,

Il Biologico per tutti, passa dalla comunicazione.

A BOLOGNA UN CONVEGNO NAZIONALE CHE È QUASI UN TALK-SHOW.

GIOVEDÌ 10 SETTEMBRE 2009 DALLE 14,30 ALLE 18,30

PALCOSCENICO "A SANA CON GUSTO", PADIGLIONE 19
PIAZZA COSTITUZIONE, 6 - BOLOGNAFIERE

Conduce **Antonio Cianciullo**, inviato di Repubblica



21° Salone
Internazionale
del Naturale

- Quanto è importante la comunicazione per il biologico?
- Può essere una leva decisiva per aumentare volume e valore del mercato?
- Quale comunicazione per un settore che non è solo ordini e fatturato ma propone un vero e proprio stile di vita?
- Quando va in televisione, il biologico si sporca le mani e diventa meno puro?
- Non è che il biologico ha perso la sua spinta propulsiva ed è diventato semplicemente un repertorio della comunicazione, cannibalizzato dai prodotti convenzionali?
- Comunicare biologico è comunicare nello stesso tempo sicurezza alimentare?

Le risposte a queste e ad altre domande in *bio, tuo, suo*, un talk-show dove ricercatori, esperti di marketing, giornalisti e pubblicitari, daranno il meglio di sé in un confronto diretto con il settore alla ricerca di linee guida e indicazioni utili per tutti gli operatori.

Programma

Si comincia **alle 14,30** con un breve filmato, una selezione di quello che "offre il mercato" sul versante della comunicazione mass-market dei prodotti biologici, in Italia e in Europa.

Antonio Cianciullo ne farà un commento puntuale e **Giampaolo Fabris** racconterà come gli italiani percepiscono oggi il biologico.

Alle 15,30 *bio, tuo, suo*, si apre il talk-show con:

Andrea Ruggeri, direttore creativo dell'agenzia pubblicitaria Jack Blutharsky

Valentino Cagnetta, amministratore delegato del centro media Media Italia

Loris Mazzetti, capostruttura di RaiTre

Danio Forni, strategic planner OSC Healthcare

Daniele Tirelli, presidente di Popai Italia.

Alle 17 è il momento delle testimonianze.

Valerio di Bussolo, responsabile comunicazione e relazioni esterne di **Ikea**, illustrerà la comunicazione innovativa multi-target dell'azienda svedese. Un modello dal quale il biologico potrebbe trarre utili indicazioni.

Come si comunica un brand internazionale di prodotti biologici per bambini, attraverso le comunità del web 2.0 e gli eventi collegati, lo dirà **Stefano Leonardi**, responsabile marketing di **Hipp** Italia.

Cosa può fare il cinema e la nuova commedia italiana, proverà a spiegarlo **Fabio Bonifacci**, uno dei suoi principali artefici, sceneggiatore solitario e a suo modo biologico.

Per finire **Martin Siller**, di **Bio Express** che rappresenta un'innovativa attività di distribuzione promossa da un gruppo di produttori bio, racconterà l'esperienza della comunicazione del biologico attraverso la "filiera corta", convinto di avere visto lungo.

Alle 18 arriva l'Europa, **Aleksandra Mecilošek**, della **Commissione Europea** - Direzione Generale dell'Agricoltura e dello Sviluppo Rurale - Promozione dei prodotti agricoli, presenterà in anteprima la nuova campagna di comunicazione per il biologico.

Infine c'è un premio, non per tutti, ma solo per i vincitori di *Bio. Fare e Comunicare*.

Buonitalia e **Paolo Carnemolla**, presidente di **Federbio**, premieranno i migliori progetti di comunicazione del bio realizzati nell'ultimo anno.

Per chi si registra al convegno sul sito www.sana.it
l'ingresso in fiera è gratuito.

FEDERBIO
ASSOCIAZIONE ITALIANA CONSUMATORI BIOLOGICI E ORGANICI

BUONITALIA
THE REAL TASTE OF ITALY

ITALIA
Istituto Nazionale per il Commercio Estero