



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 DE** **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. In particolare, il progetto intende:

- **aumentare e rafforzare la considerazione da parte del consumatore verso l'agricoltura biologica europea e la sua qualità**
- **aumentare la consapevolezza e il riconoscimento del metodo/standard dell'agricoltura biologica dell'UE;**
- **far conoscere il logo biologico dell'UE.**

È un programma triennale partito il 1° gennaio 2022 e terminerà il 31 marzo 2025 ed è cofinanziato dall'Unione europea e da FederBio e Naturland, le più importanti organizzazioni di operatori biologici in Italia e in Germania. Partecipano alle attività del progetto anche alcune aziende italiane: Ecor, Vallefiorita, Solleone, Bio Organica Italia, oltre che Bologna Fiere, socio di FederBio.

“**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 avere un **sistema alimentare etico, salutare, resiliente dal punto di vista climatico ed ecologico** e 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”.



Obiettivi principali di BEING ORGANIC IN EU

1. **Aumentare la conoscenza** dell'agricoltura biologica dell'UE e del logo biologico dell'UE verso i consumatori e gli operatori del biologico;
2. **Incrementare il consumo** dei prodotti europei registrati nell'ambito del sistema di qualità biologica dell'EU;
3. **Evidenziare le specificità dei metodi** di produzione biologica in Europa, in particolare nei prodotti alimentari di: sicurezza, tracciabilità, autenticità, etichettatura, rispetto dell'ambiente e sostenibilità, e le caratteristiche dei prodotti agroalimentari.

I contenuti

Le attività del progetto proporranno un messaggio “organico” e unico indirizzato a diversi gruppi target (consumatori, media, operatori di settore e istituzioni) per garantire **informazioni dettagliate e chiare sugli alimenti biologici**. In particolare, la **comunicazione si concentrerà sugli effetti positivi del BIO**, sullo **stile di vita** e sulla **dieta alimentare** così come sugli effetti positivi delle pratiche di agricoltura e allevamento biologiche sull'**ambiente**.

Durante il triennio, il programma promuoverà diverse tipologie di prodotti bio, abbracciando l'intera gamma degli alimenti di origine vegetale e animale.

BEING ORGANIC in EU promuoverà diversi tipi di prodotti biologici attraverso lo sviluppo di attività dirette verso i **gruppi target individuati come strategici** per diventare il nuovo **stile di vita** dei consumatori europei e **aumentare la conoscenza e la riconoscibilità del logo europeo dell'agricoltura biologica**, a livello nazionale e verso i consumatori europei, indipendentemente dal loro paese di appartenenza.