

DALLA RIVOLUZIONE VERDE ALLA RIVOLUZIONE BIO

IL BIOLOGICO TRA PRESENTE E FUTURO



ORGANIZZATO DA:



IN COLLABORAZIONE CON:



RIVOLUZIONE BIO 2022 È UN
EVENTO PROMOSSO
NELL'AMBITO DEL PROGETTO



Finanziato
dall'Unione europea





ORGANIC FARMING IN EUROPE: A WAY OF BEING



IL PROGETTO

Il progetto **Organic Farming in Europe: a way of BEING (Being Organic in EU)** è una campagna di informazione e promozione proposta da **FederBio in collaborazione con Naturland e cofinanziata dall'Unione Europea** ai sensi del regolamento UE n. 1144/2014.

L'agricoltura biologica in Europa: un modo di "ESSERE" è un progetto proposto dalle più importanti organizzazioni bio con sede in Italia e Germania e mira ad **aumentare e rafforzare la considerazione dell'agricoltura biologica europea nei rispettivi mercati interni** e prevede un insieme articolato di azioni con l'obiettivo di **migliorare la conoscenza, il prestigio e il consumo dei prodotti biologici europei**.

IL PROGETTO BEING ORGANIC IN EU

È un progetto **triennale**:
dal 01 Gennaio 2022 al 31 Marzo 2025

I mercati **target** sono: **Italia e Germania**

È cofinanziato dall'**Unione Europea (80%)**,
FederBio e Naturland

Importo totale di progetto: € 8.722.812,77

Partecipano alle attività del progetto le aziende italiane: Ecor, Valleflorita, Solleone, Bio Organica Italia, oltre a **BolognaFiere**, socio di FederBio



GLI OBIETTIVI

Il progetto **“BEING ORGANIC in EU”** vuole **contribuire ad un sistema agroalimentare sostenibile a sostegno del «Green Deal europeo»** e le sue strategie **«Farm to Fork»** e **«Biodiversity 2030»** per favorire un sistema alimentare etico, salutare, resiliente dal punto di vista climatico ed ecologico, dalla produzione primaria fino al consumatore e trasformare l'UE in un'economia moderna, efficiente sotto il profilo delle risorse e competitiva, garantendo che:

- **nel 2050 non siano più generate emissioni nette di gas a effetto serra;**
- **la crescita economica sia dissociata dall'uso delle risorse;**
- **nessuna persona e nessun luogo siano trascurati.**

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»**.

OBIETTIVI PRIMARI

Aumentare la consapevolezza dei consumatori relativa alla qualità del prodotto biologico europeo, incrementando contestualmente la conoscenza del logo dell'agricoltura biologica europea

aumentare il consumo dei prodotti biologici

mettere in risalto le caratteristiche virtuose dell'agricoltura biologica europea, sia in termini di qualità del prodotto che di sostenibilità



IL TARGET

Consumatori: amanti del prodotto biologico e nuovi consumatori attenti a salute e sostenibilità

Operatori di settore: GDO e piccola distribuzione; produttori; chef, sommelier, opinion leader; ristorazione

Media: stampa, blogger, magazine di settore e generalisti, giornalisti

Istituzioni: amministrazioni pubbliche nazionali, regionali e locali, istituti di ricerca.



STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

La comunicazione prevede una serie di materiali editoriali in formato **cartaceo**, **digitale** e **produzioni audiovisive**. I diversi strumenti di comunicazione saranno modulati in modo flessibile e dinamico, in base ai canali utilizzati e ai relativi linguaggi, e saranno realizzati nelle lingue di progetto: italiano, tedesco e inglese.



MAIN VISUAL: IL CONCEPT

Choose the European Leaf for a better world. Good Choices Matter



BODYCOPY

“Scegliere l’agricoltura biologica è un atto concreto di rispetto verso se stessi, la propria comunità, le generazioni future. Perché il biologico mantiene la fertilità dei terreni, la preziosa biodiversità dell’ambiente e ha cura del benessere animale. Scegli i prodotti con il logo del biologico europeo e costruisci un futuro migliore. Per tutti.”



STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

CHOOSE THE EUROPEAN ORGANIC LEAF FOR A BETTER WORLD.
Good choices matter.

BEING ORGANIC in EU

Scegliere l'agricoltura biologica è un atto concreto di rispetto verso sé stessi, la propria comunità, le generazioni future. Perché il biologico mantiene la fertilità dei terreni, la preziosa biodiversità dell'ambiente e ha cura del benessere animale. Scegli i prodotti con il logo del biologico europeo e costruisci un futuro migliore. Per tutti.

www.beingorganic.eu

FEDERBIO Finanziato dall'Unione europea

ENJOY IT'S FROM EUROPE

BEING ORGANIC in EU CHOOSE THE EUROPEAN ORGANIC LEAF FOR A BETTER WORLD. Good choices matter.

HOME CHI SIAMO EVENTI GALERI PRESS ROOM CONTATTI BLOG LANGUAGE

AGRICOLTURA BIOLOGICA
EUROPEA
Scegliere un prodotto biologico europeo significa scegliere un prodotto sicuro, sano e rispettoso dell'ambiente.

SALUTE, AMBIENTE & BENESSERE ANIMALE

PRODOTTI NATURALI DA AGRICOLTURA BIOLOGICA

INNOVATIVITÀ, IMPIEGHI E FERTILITÀ DEL SUOLO

Consumi bio erofrutta 2021: bene Italia, molto bene Germania

CONTATTI

BEING ORGANIC mira a contribuire a un sistema alimentare sostenibile e integrato del Green Deal europeo, trasformare l'UE in un ecosistema moderno, allineato con le priorità del nuovo corso europeo.

CELEBRANO

BEING ORGANIC in EU

GOOD CHOICES MATTER
Choose the European Leaf for a better world.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

FEDERBIO Finanziato dall'Unione europea

ENJOY IT'S FROM EUROPE

CHOOSE THE EUROPEAN ORGANIC LEAF FOR A BETTER WORLD.
Good choices matter.

BEING ORGANIC in EU

FEDERBIO Finanziato dall'Unione europea

CHOOSE THE EUROPEAN ORGANIC LEAF FOR A BETTER WORLD.
Good choices matter.

BEING ORGANIC in EU

FEDERBIO Finanziato dall'Unione europea

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Cibo So Good

BEING ORGANIC in EU - ITALIA

Panoramica Inserzioni Posta

CHOOSE THE EUROPEAN ORGANIC LEAF FOR A BETTER WORLD.
Good choices matter.

BEING ORGANIC in EU

BEING ORGANIC in EU ITALIA

Fai in modo che più persone ti contattino

Pubblica Foto Promovi Visualizza co...

5 su 5 - Organizzatore di eventi a Bologna, Emilia-Romagna

Home Informazioni Foto Recensioni Video



STRUMENTI DI COMUNICAZIONE



MAIN VISUAL: IL CONCEPT

EUROPA NIMMT BIO. Immer die richtige Entscheidung.



BODYCOPY

“Scegliere Gesund und lecker zugleich – bei Lebensmitteln aus ökologischer Landwirtschaft schmeckt man die Natur! Wer sich für Bio entscheidet, tut aber nicht nur sich selbst etwas Gutes. Wer Bio isst, fördert die Nachhaltigkeit und damit die Zukunft unseres Planeten. Wer sich Bio ernährt, schützt die Artenvielfalt, die Fruchtbarkeit der Böden und das Wohl der Tiere. Und hinterlässt eine Welt, in der künftige Generationen gerne leben. Keine schwere Entscheidung, oder?”



EUROPA NIMMT BIO.
Immer die richtige Entscheidung.

BEING ORGANIC in EU

Gesund und lecker zugleich – bei Lebensmitteln aus ökologischer Landwirtschaft schmeckt man die Natur! Wer sich für Bio entscheidet, tut aber nicht nur sich selbst etwas Gutes. Wer Bio isst, fördert die Nachhaltigkeit und damit die Zukunft unseres Planeten. Wer sich Bio ernährt, schützt die Artenvielfalt, die Fruchtbarkeit der Böden und das Wohl der Tiere. Und hinterlässt eine Welt, in der künftige Generationen gerne leben. Keine schwere Entscheidung, oder?

Von der Europäischen Union finanziert. Die gezeigten Anzeichen sind Markenzeichen und können nicht als Empfehlung für die Verwendung von Produkten angesehen werden. Die gezeigten Anzeichen sind Markenzeichen und können nicht als Empfehlung für die Verwendung von Produkten angesehen werden. Weitere Informationen sind unter www.federbio.it zu finden.

FEDERBIO



Finanziert von der Europäischen Union



zionebio.it

AZIONI E STRUMENTI *in relazione al target*



CONSUMATORI

- Web site
- Pagine Facebook ed Instagram
- materiale informativo in formato cartaceo
- ADV su diversi Media ritenuti strategici
- video divulgativi e «campagne video native»
- fiere e sponsorship event «**Festa del Bio**»
- **Road Show con Food Truck**
- **Restaurant Week** (degustazioni)



ISTITUZIONI

- fiere e sponsorship event
- sito Web
- pubblicazioni cartacee
- video divulgativi



MEDIA

- **Press Event** e attività di P.R.
- sito Web sezione Area Press + materiale scaricabile
- realizzazione di Media Kit e "Goodie bag"
- organizzazione di seminari e workshop
- pagina LinkedIn
- **Restaurant Week** (degustazioni)
- **Educational Tour**
- Database web di immagini/foto bio



OPERATORI DI SETTORE

- Press event e attività di P.R.
- sito Web
- pubblicazioni e video
- pagina LinkedIn
- ADV su magazine di settore/ Newsletter
- Sponsorship Event
- POS: degustazioni e show cooking
- Incoming
- **fiere di settore**
- **seminari e workshop**
- **Restaurant Week** (degustazioni)
- Cene tematiche e di rete con operatori e influencer



Paolo CARNEMOLLA

Segretario Generale FederBio

 FederBio

 info@federbio.it

Frauke WEISSANG

Membro del Consiglio Naturland

 Naturland

 f.weissang@naturland.de

