



Il progetto Being Organic in Eu protagonista a Biofach 2023



- Attualità
- Sostenibilità

1 Marzo 2023

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Pinterest](#)

[WhatsApp](#)

[Linkedin](#)





Paolo Carnemolla, segretario generale di FederBio

Una collaborazione tra **FederBio, Naturland e IFOAM OE** ha visto nascere il progetto “**Being Organic in Eu**” che si attiene alla **Strategia Farm To Fork**, con lo scopo di incentivare la produzione biologica. A **Biofach2023** è stato presentato il “*Rapporto sul miglioramento degli impatti ambientali, economici e sociali legati al raggiungimento del 25% di suolo agricolo biologico entro il 2030*”, che fa il punto della situazione ed evidenzia le note positive del mondo bio. I numeri riportano una **contrazione del 15% delle emissioni totali di gas serra** mentre la **biodiversità è aumentata del 30%**.

Nella sessione “**European organic market developments**”, il confronto si è focalizzato sugli sviluppi del mercato biologico dell’Ue che vede una domanda in rallentamento che si posiziona sui trend pre-Covid, periodo nel quale invece si era verificata una accelerazione della stessa. La sintesi emersa ha evidenziato il **ruolo fondamentale della comunicazione**, anche realizzata in sinergia tra gli operatori del mondo del bio, considerata una leva essenziale da rafforzare per informare i consumatori e permettere loro di conoscere tutti i valori sottesi a una scelta bio.

Tutti i relatori della sessione hanno concordato sull’importanza della condivisione delle esperienze internazionali, resa possibile dai progetti promozionali dell’Ue, come Being Organic in EU.

Altro momento di rilievo è stata l’iniziativa “**Networking Reception**” durante la quale **Eduardo Cuoco, direttore di IFOAM Organics Europe, Paolo Carnemolla,**



segretario generale di FederBio e Marco Schlüter, head of Strategy & International Naturland, hanno presentato gli obiettivi e le attività del progetto “*Being Organic in Eu*”. La reception ha rappresentato una preziosa occasione per favorire la relazione e la socializzazione tra i diversi operatori del mondo bio, oltre che per evidenziare l'importanza delle campagne promozionali dell'Ue per gli stakeholder del biologico e per il futuro del settore. Ospite della sessione è stato **Jorge Pinto Antunes, Vice Capo di Gabinetto del Commissario europeo all'Agricoltura**, che ha espresso il proprio apprezzamento per l'impegno dei partner del progetto evidenziando la necessità di utilizzare di più e al meglio le risorse per la promozione dei prodotti biologici messa a disposizione dalla Commissione in un momento in cui è necessario puntare al consolidamento e alla crescita del mercato dei prodotti biologici europei.

La network reception è stata preceduta dal “**Policy Day event**” di IFOAM OE – durante il quale è stato divulgato l'interessante il Rapporto “*Study on the environmental impacts of achieving 25% organic land by 2030 published*” di **Nicolas Lampkin and Katrin Padel** che ha tratteggiato il quadro degli impatti positivi – in termini di benefici ambientali, mitigazione dei cambiamenti climatici, riduzione dell'inquinamento da azoto e miglioramento della biodiversità – che si determinerebbe con il raggiungimento della quota del **25% di terreni agricoli biologici nell'Ue**.

Per esempio, le emissioni totali di gas serra sarebbero ridotte fino a **68 milioni di tonnellate di CO2 all'anno**, vi sarebbe una contrazione del **15% delle emissioni totali di gas serra** dell'agricoltura dell'UE-27, la biodiversità aumenterebbe del **30% su terreni agricoli biologici** rispetto a quelli senza agricoltura biologica. Lo studio evidenzia, inoltre, che la conversione al biologico determinerebbe la **riduzione del 90-95% dell'uso dei pesticidi**, consentendo così di raggiungere un altro obiettivo ambizioso della strategia Farm to Fork: la **diminuzione del 50% del rischio e dell'utilizzo dei pesticidi chimici entro il 2030**.

Per centrare questi traguardi diventano, però, **fondamentali progetti di sensibilizzazione e promozione** come Being Organic in Eu con l'obiettivo di supportare la strategia Farm to Fork e trasferire con chiarezza i benefici che il biologico comporta per la salute e l'ambiente.

Un ulteriore tema di rilievo, affrontato nel convegno **Sustainability labelling & the Planet-score: what is at stake?**, è stato quello dell'**etichettatura di sostenibilità**, fondamentale per tutti gli operatori del biologico e decisiva anche per supportare la domanda del settore. Dal confronto è emerso un approccio critico verso l'attuale metodologia che caratterizza le etichette basata sull'**LCA (Life Cycle Assessment)** che non si presta efficacemente a valutare l'impatto ambientale dei prodotti agroalimentari e potrebbe favorire sistemi di produzione intensivi piuttosto che metodi di agricoltura sostenibili, come appunto quello biologico.

Tra le alternative possibili è stata presentata **PlanetScore**, utilizzata in Francia, che pur integrando i **criteri PEF** (Product Environmental Footprint) propri del metodo LCA, considera altre esternalità che la rendono un'etichetta più completa, anche in funzione del raggiungimento degli obiettivi del Green Deal dell'Ue e della strategia Farm to Fork.

*“I dati del Rapporto sugli impatti ambientali al raggiungimento del 25% di superficie bio entro il 2030 rappresentano un'importante analisi di tutti gli impatti positivi dal punto di vista ambientale, sociale ed economico che si andrebbero a determinare grazie all'affermazione su larga scala del modello biologico – ha commentato **Paolo Carnemolla Segretario Generale FederBio** –. È confermato un significativo miglioramento della biodiversità, dell'inquinamento da azoto e da uso di pesticidi e una concreta mitigazione del cambiamento climatico, sempre più urgente date le calamità che ci colpiscono con sempre maggior frequenza.*



Come richiamato in più sessioni di lavoro nel corso di questa edizione di Biofach, è fondamentale investire in progetti di comunicazione e promozione, come Being Organic in Eu, in grado di creare solide sinergie tra gli operatori del settore e dare vita ad attività di sensibilizzazione, formazione ed educazione alimentare verso i cittadini a sostegno della domanda di prodotti biologici”.

a cura della redazione © Riproduzione riservata

