con
marche
bio

RASSEGNA STAMPA
2023

a cura di

MORETTI
COMUNICAZIONE

Consorzio 1
09/07/2023 - IL MESSAGGERO
Biologico, corsa ai terreni effetto rincari sui consumi 1
09/07/2023 - IL GAZZETTINO
Biologico: corsa ai terreni da coltivare, effetto rincari sui consumi: meno 3,6% 4
12/12/2023 - BIO MAGAZINE
PIÙ BIO PER TUTTI 7
26/01/2023 - CORRIERE ADRIATICO
Energia, fertilizzanti e mangimi: i rincari decimano il raccolto 10
06/01/2023 - CORRIERE ADRIATICO
«Ma non risolve le criticità del settore» 13
30/06/2023 - CORRIERE ADRIATICO
Grani, paste e falsi miti Confronto tra esperti 15
11/11/2023 - CORRIERE ADRIATICO (ED. PESARO)
«Biologico, marchio di qualità» Tre incontri con i distributori 17
05/04/2023 - IL RESTO DEL CARLINO (ED. PESARO)
Salviamo la Casciotta d'Urbino «No ai formaggi e ai cibi sintetici» 20
31/03/2023 - IL RESTO DEL CARLINO (ED. ROVIGO)
Il Distretto 'Food Brand Marche' 23
26/03/2023 - IL RESTO DEL CARLINO (ED. PESARO)
Tecnologie digitali nella filiera bio «La cerealicoltura diventa smart» 25
06/02/2023 - CORRIERE ADRIATICO (ED. ASCOLI)
LA CONFERENZA - Cantina Valdaso Focus agricolo con 100 imprese 28
05/06/2023 - CORRIERE ADRIATICO (ED. PESARO)
Pesca, un altolà del ministro all'Ue «Tuteleremo la nostra marineria» 30
02/09/2023 - CORRIERE ADRIATICO (ED. PESARO)
Argomenti2000 discute su come ricostruire l'Europa 32
07/08/2023 - CORRIERE ADRIATICO (ED. PESARO)
Girasole biologico a Candelara con Montebello visita ai campi 34
05/04/2023 - CORRIERE ADRIATICO (ED. PESARO)
CARLONI AL VINITALY - Casciotta d'Urbino dop «Tesoro unico al mondo altro che cibo sintetico» 36
28/09/2023 - GAZZETTA DI REGGIO
Una campagna per rilanciare il cibo biologico 39
12/09/2023 - BIO E CONSUMI
Alleanza Cooperative Agroalimentari: “Necessari i programmi promozionali” 42
12/10/2023 - GDOWEEK
IMPEGNO A TUTTO TONDO 43
27/09/2023 - INFORMATORE AGRARIO
Biologico: i fondi vadano alle imprese riunite in filiera 45
08/09/2023 - WWW.MSN.COM
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 47
07/09/2023 - WWW.ANSA.IT
Al via la campagna Ismea sul biologico, con Elio e Sardella 50
05/07/2023 - WWW.ANSA.IT
Bio italiano al 19% del suolo coltivato, meno bene i consumi 52
05/07/2023 - WWW.ANSA.IT
Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6% 58
23/09/2023 - WWW.ANSA.IT
Ok a progetto da 7 milioni di euro per Consorzio Marche Bio 61
22/09/2023 - WWW.ANSA.IT
Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico 63
07/09/2023 - WWW.ANSA.IT
Alleanza Coop, bene la campagna Ismea per spingere i consumi bio 64
07/09/2023 - WWW.ADNKRONOS.COM
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 66

07/09/2023 - WWW.ILMESSAGGERO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 69
31/03/2023 - WWW.QUOTIDIANO.NET
Il Distretto 'Food Brand Marche' 73
07/09/2023 - WWW.METEOWEB.EU
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 75
10/03/2023 - WWW.REGIONE.VDA.IT
BIOLOGICO, COOPERATIVO 30% FATTURATO COMPARTO, QUOTA PARI A 2,8 MLD -2- 79
07/09/2023 - WWW.ILFOGLIO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 81
07/09/2023 - WWW.BOLOGNATODAY.IT
Alimenti bio, fase delicata: Elio e gli influencer per educare i giovani a mangiare sano 85
07/09/2023 - WWW.AFFARITALIANI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 89
07/09/2023 - WWW.LIBEROQUOTIDIANO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 93
07/09/2023 - WWW.ILTEMPO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 97
22/09/2023 - WWW.ANCONATODAY.IT
Giornata europea per il bio: il consorzio festeggia con un progetto da 7 milioni 101
05/04/2023 - WWW.ILRESTODELCARLINO.IT
Salviamo la Casciotta d'Urbino "No ai formaggi e ai cibi sintetici" 103
07/09/2023 - HEADTOPICS.COM
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 106
25/05/2022 - WWW.MARK-UP.IT
La transizione ecologica secondo Marche Biologiche 107
04/10/2023 - ASKANEWS.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 112
07/09/2023 - WWW.ILMATTINO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 115
06/07/2023 - NEWSRND.COM
Italian organic at 19% of the cultivated soil, less well consumption 118
07/09/2023 - WWW.ILGAZZETTINO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 123
08/09/2023 - WWW.LAGAZZETTADELMEZZOGIORNO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 126
28/03/2023 - WWW.CORRIEREADRIATICO.IT
Vinitaly, in vetrina 100 cantine marchigiane tra degustazione ed incontri: ecco il programma 129
25/03/2023 - WWW.CORRIEREADRIATICO.IT
Il bio marchigiano ancora più smart, presentato il progetto Si-Riparte 138
23/09/2023 - NEWSRND.COM
23 September is European Organic Day - Agricultural World 140
05/07/2023 - GDS.IT
Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6% 142
10/03/2023 - WINENEWS.IT
Biologico: il 30% del fatturato del settore arriva dalle cooperative, per un valore di 2,8 miliardi 145
07/09/2023 - WWW.LANUOVASARDEGNA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 148
06/07/2023 - WWW.GIORNALETRENTINO.IT
Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6% - Terra e Gusto 152
06/07/2023 - WWW.ALTOADIGE.IT
Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6% - Terra e Gusto 154
07/09/2023 - WWW.LASICILIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 156

07/09/2023 - WWW.LEGGO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 160
05/07/2023 - AGENPARL.EU
AGRICOLTURA BIOLOGICA, TORRIANI, PER AUMENTARE OFFERTA E DOMANDA DI PRODOTTI BIO FONDAMENTALE PUNTARE SU FILIERE COOPERATIVE 163
05/07/2023 - AGENPARL.EU
Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo. 166
05/04/2023 - WWW.CENTROPAGINA.IT
Dal Vinitaly di Verona un focus sulla Casciotta di Urbino. «Non teme il confronto col cibo sintetico» 170
05/06/2023 - WWW.CENTROPAGINA.IT
TreValli Cooperlat compie 60 anni, candeline spente insieme al ministro Lollobrigida - VIDEO - Notizie Jesi-Fabriano - CentroPagina - Cronaca e attualità dalle Marche 173
07/09/2023 - WWW.TORINOGGI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 177
05/09/2023 - WINENEWS.IT
Nel piatto e nel calice, tra erbe officinali, moda e cosmesi: il bio al centro del Sana di Bologna 180
12/09/2023 - WINENEWS.IT
Raggiungere il 25% di terreni a conduzione bio in Italia? Si può fare ma in un'ottica di sistema 187
05/07/2023 - WWW.ILCAPOLUOGO.IT
Bio italiano, il suolo coltivato cresce, i consumi no: in Abruzzo raddoppia la media delle superfici coltivate 191
07/09/2023 - WWW.STRETTOWEB.COM
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 196
05/10/2023 - WWW.ILGIORNALEDITALIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 199
28/10/2022 - WWW.EFANEWS.EU
Dai droni alle app: il biologico delle Marche guarda al futuro 203
27/01/2023 - WWW.ANCONATODAY.IT
Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuro 206
12/09/2023 - AGRONOTIZIE.IMAGELINENETWORK.COM
Sana 2023, il successo del biologico 208
07/09/2023 - WWW.LALEGGEPERTUTTI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 211
06/09/2023 - LARAGIONE.EU
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 213
07/09/2023 - WWW.SANREMONEWS.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 216
22/09/2023 - WWW.GIORNALETRENTINO.IT
Alleanza cooperative, risorse per imprese bio riunite in filiera 219
08/09/2023 - WWW.OGGITREVISO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea. 221
22/09/2023 - WWW.ALTOADIGE.IT
Alleanza cooperative, risorse per imprese bio riunite in filiera 225
23/09/2023 - WWW.ALTOADIGE.IT
Ok a progetto da 7 milioni di euro per Consorzio Marche Bio 227
07/07/2023 - WWW.TEATRONATURALE.IT
Sempre più vicino il traguardo del 25% delle superfici agricole in biologico in Italia 229
06/07/2023 - WWW.ISMEA.IT
Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo. 232
05/06/2023 - WWW.CORRIEREADRIATICO.IT
Anche il ministro Lollobrigida per il compleanno di TreValli: «60 anni di crescita» 236
06/07/2023 - WWW.ITALIAFRUIT.NET

Il bio italiano vicino al target del 25% delle superfici 238
23/09/2023 - NEWS.ITALY24.PRESS
Organic supply chain, over 7 million arriving for the Marche region 242
04/10/2023 - WWW.EFANEWS.EU
Biologico. Alleanza Cooperative: "Si punti a sostegno domanda e filiere" 244
07/02/2023 - WWW.ILCITTADINODIRECANATI.IT
CMB - Convegno sui fondi europei a sostegno del sistema agricolo bio marchigiano 246
07/02/2023 - WWW.ILCITTADINODIRECANATI.IT
La transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale. Mercoledì l'incontro organizzato da CMB sulle opportunità del PNRR e del PSR Marche 249
07/02/2023 - WWW.ILCITTADINODIRECANATI.IT
Consorzio Marche Biologiche: per le piccole imprese il PNRR non basterà 252
07/09/2023 - WWW.ILDENARO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 255
07/09/2023 - WWW.NOTIZIE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 258
05/07/2023 - WWW.AGRICULTURA.IT
Biologico. Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo 262
25/01/2023 - WWW.VIVEREFANO.COM
Startup Tunisie, Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale 266
05/07/2023 - ABRUZZOWEB.IT
CRESCE IL BIOLOGICO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENGONO IL PASSO ... 269
08/07/2023 - WWW.RUMINANTIA.IT
Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo 274
06/07/2023 - TERRAEVITA.EDAGRICOLE.IT
Bio volano di sviluppo per le aree interne - Terra e Vita 278
23/03/2022 - WWW.TMNOTIZIE.COM
Partecipazione e interesse per il meeting sulle risorse europee organizzato dal Consorzio Marche Bio ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM Notizie 305
06/05/2022 - WWW.TMNOTIZIE.COM
Startup Tunisie, l'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM Notizie 307
22/09/2022 - WWW.TMNOTIZIE.COM
Consorzio Marche Biologiche: "Per le piccole imprese il PNNR non basterà", domani si celebra la Giornata europea dell'agricoltura biologica ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM Notizie 310
07/09/2023 - AGENPARL.EU
La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione Masaf - Ismea per promuovere il consumo di alimenti biologici 313
06/07/2023 - WWW.CORRIEREORTOFRUTTICOLO.IT
IL BIO CORRE VERSO IL 25% DI AREE INVESTITE, MA I CONSUMI NON DECOLLANO 317
10/03/2023 - WWW.AGRICOLAE.EU
Biologico, Alleanza Cooperative: è cooperativo il 30% del fatturato del comparto, con una quota pari a 2,8 mld euro 320
10/07/2023 - GREENPLANET.NET
Bio in cifre 2022: i consumi non tengono il passo della produzione, ma restano buone le prospettive 323
09/05/2023 - GREENPLANET.NET
Girolomoni, sabato 13 maggio porte aperte per la Bio Tappa del Giro d'Italia 327
04/07/2023 - GREENPLANET.NET
Marche, 8 milioni per comunicare il bio, venderlo e farlo "crescere bene" - Green Planet ... 329
25/10/2022 - GREENPLANET.NET

L'agricoltura bio si fa più digital, il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - Green Planet 332
28/03/2023 - GREENPLANET.NET
Marche, al via il progetto per la digitalizzazione della filiera cerealicola bio - Green Planet ... 334
02/11/2022 - GREENPLANET.NET
Biocereals 4.0: digitalizzazione e consulenza fondamentali per il futuro del bio marchigiano - Green Planet 337
22/09/2022 - WWW.MYFRUIT.IT
Bio, domani si celebra la Giornata voluta dall'Ue 340
07/02/2023 - WWW.VIVEREMARCHE.IT
Francesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche 343
08/09/2023 - WWW.METEOGIORNALE.IT
Il settore alimentare biologico italiano: una fase delicata 346
07/09/2023 - WWW.VARESENOI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 349
05/04/2023 - WWW.VIVEREMARCHE.IT
Urbino: Vinitaly, "La Bellezza è nel Gusto", la Casciotta d'Urbino DOP non teme il confronto con il cibo sintetico 352
07/09/2023 - WWW.ITALIANPOST.NEWS
The health of the planet passes through your shopping, part of the Masaf-Ismea organic campaign 356
06/07/2023 - WWW.NOTIZIEDABRUZZO.IT
Bio italiano al 19% del suolo coltivato,meno bene i consumi 359
08/09/2023 - WWW.TRUE-NEWS.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 361
08/09/2023 - WWW.VIRTUQUOTIDIANE.IT
Frenano gli acquisti di prodotti agricoli bio, al via campagna Ministero-Ismea 365
06/08/2023 - WWW.VIVEREPESARO.IT
Biologico, l'8 agosto visita ai campi di girasole a Candelara 367
12/09/2023 - WWW.FRESHPLAZA.IT
Il biologico italiano necessita di un'ottica di sistema 369
08/09/2023 - WWW.FRESHPLAZA.IT
"Bene la campagna istituzionale 'Io Parlo Bio' per promuovere i consumi" 373
08/09/2023 - WWW.OLBIANOTIZIE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 375
07/09/2023 - WWW.SAVONANEWS.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 378
15/09/2023 - WWW.PUBBLICITAITALIA.COM
Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici 381
08/09/2023 - WWW.FOODAFFAIRS.IT
Parte #IOPARLOBIO, campagna di comunicazione sull'agricoltura biologica con protagonista Elio e altri influencer 384
18/03/2022 - WWW.MARCHENEWS24.IT
'Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale', ad Ancona il convegno ... 386
30/10/2022 - WWW.QDMNOTIZIE.IT
Morro d'Alba / Dai droni alle App: il biologico marchigiano guarda al futuro - QdM Notizie ... 389
26/10/2022 - WWW.QDMNOTIZIE.IT
Morro d'Alba / Biocereals 4.0, l'agricoltura bio si fa più digital - QdM Notizie 393
08/05/2022 - WWW.MARCHENEWS24.IT
A Fano domani arriva una delegazione di imprenditori tunisini 397
07/09/2023 - WWW.VIGEVANO24.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 400
05/07/2023 - WWW.ALIMENTANDO.INFO

'Bio in cifre' (2) - Alleanza Coop. Agroalimentari: "Necessari i programmi promozionali" ... 403
25/03/2023 - WWW.ITALIANFOODTODAY.IT
Il bio marchigiano ancora più smart: presentato il progetto SI-RIPARTE 405
05/07/2023 - AGRICOLAE.EU
Ismea, Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo 407
06/05/2022 - WWW.OLTREFANO.IT
Startup Tunisie,Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale - Oltrefano.it 411
15/06/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Agricoltura biologica, visite ai campi per studiare le nuove varietà di grano 415
22/09/2022 - WWW.ILMETAURO.IT
Consorzio Marche Bio, per le piccole imprese il PNRR non basterà - Il Metauro 417
30/06/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Cosa c'è dietro una buona pasta, se ne parla con il Consorzio Marche Biologiche 420
09/05/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Giro d'Italia, sabato la Bio Tappa a Fossombrone 422
06/08/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
La qualità del Bio comincia dal seme, l'8 agosto visita ai campi di girasole 424
07/08/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Candelara – l'8 agosto visita ai campi di girasole 426
07/09/2023 - WWW.VALLEDAOSTAGLOCAL.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 428
08/09/2023 - WWW.SARDEGNALIVE.NET
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 432
07/07/2023 - WWW.FOODANDTEC.COM
In Italia il biologico si avvicina al target del 25% delle superfici 435
26/09/2023 - WWW.VIVEREFANO.COM
Pac seminativi, le novità della riforma e le nuove sfide dell'agricoltura biologica: venerdì il convegno all'interno di "Info ConMarcheBio" 440
11/11/2023 - WWW.VIVEREFANO.COM
Isola del Piano: al via una serie di incontri per tutelare l'autentico biologico 443
22/09/2022 - WWW.MARCHENOTIZIE.IT
Consorzio Marche Biologiche, per le piccole imprese il PNRR non basterà - Marche Notizie ... 445
24/10/2022 - WWW.MARCHENOTIZIE.IT
Biocereals 4.0, agricoltura bio si fa più digital: convegno a Morro d'Alba - Marche Notizie ... 447
27/01/2023 - WWW.VIVEREJESI.IT
Morro d'Alba: presentato dalla Cooperativa Montebello il progetto "biocereals 4.0" 450
28/10/2022 - WWW.MARCHENOTIZIE.IT
Dai droni alle app, il biologico delle Marche guarda al futuro - Marche Notizie 452
26/03/2023 - FANO24.IT
IL BIO DELLE MARCHE ANCORA Più SMART, PRESENTATO IL PROGETTO "SI-RIPARTE" 455
30/06/2023 - MARCHEINFINITE.COM
Cosa c'è dietro una buona pasta, se ne parla con il Consorzio Marche Biologiche sabato 1° luglio alle 16.30 al Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU) 457
27/03/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Il BIO delle Marche ancora più smart, presentato Il progetto "Si-Riparte" 459
06/08/2023 - MARCHEINFINITE.COM
La qualità del bio comincia dal seme: l'8 agosto visita ai campi di girasole. A Candelara appuntamento diretto agli operatori del settore 461
22/03/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Filiera BIO delle Marche, un progetto per la digitalizzazione delle Pmi 463
23/03/2022 - WWW.ADRIAECO.EU

PNRR e PSR: validi strumenti per la transizione dell'agricoltura marchigiana | Adriaeco ... 465
27/03/2023 - MARCHEINFINITE.COM
"Si-Riparte". Il bio delle Marche ancora più smart: tecnologie digitali per rendere più competitive le imprese della filiera cerealicola 467
23/03/2023 - MARCHEINFINITE.COM
Filiera bio delle Marche, un progetto per la digitalizzazione delle pmi. Venerdì 24 marzo a Montefelcino convegno di presentazione del progetto "SI – RIPARTE" 469
31/10/2022 - MARCHEINFINITE.COM
Biocereals 4.0: l'agricoltura Bio si fa più digital. Convegno a Morro d'Alba - Marcheinfinite ... 471
24/10/2022 - WWW.ITALICOM.NET
L'agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - i-Talicom | news 24 ore su 24 sul Made in Italy 475
24/10/2022 - WWW.ADRIAECO.EU
Biocereals 4.0, l'agricoltura bio si fa più digital | Adriaeco 478
07/07/2023 - WWW.AGRAPRESS.IT
BIOLOGICO: TORRIANI (ALLEANZA COOP) PER AUMENTO OFFERTA/DOMANDA SI PUNTI SU FILIERE COOPERATIVE 481
23/03/2023 - WWW.SUOLOESALUTE.IT
"SI – RIPARTE", UN PROGETTO PER LA DIGITALIZZAZIONE DELLE PMI 483
11/05/2023 - WWW.PRIMARETE.IT
SABATO 13 MAGGIO IL GIRO D'ITALIA FA TAPPA A FOSSOMBRONE, CULLA DEL BIO 485
15/06/2023 - WWW.PRIMARETE.IT
AGRICOLTURA BIOLOGICA, VISITE AI CAMPI PER STUDIARE LE NUOVE VARIETÀ DI GRANO ... 487
09/05/2023 - WWW.AGENFOOD.IT
Il Giro d'Italia fa tappa a Fossombrone, culla del bio 489
07/07/2023 - WWW.CUOREECONOMICO.COM
Torriani (Alleanza Coop Agroalimentari): "Puntare sulle filiere per aumentare disponibilità dei prodotti" 491
28/10/2022 - WWW.ANCONANEWS.IT
Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuro | AnconaNews 493
14/05/2022 - WWW.ANCONANEWS.IT
Francesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche | AnconaNews 496
08/09/2023 - WWW.ISMEA.IT
La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici 499
08/09/2023 - WWW.TEATRONATURALE.IT
Ora bisogna promuovere il consumo di alimenti biologici 502
04/05/2022 - WWW.AGRICOLTURABIO.INFO
E' l'ora dell'agricoltura bio. A Roma il convegno | AgricolturaBio.info 505
07/07/2023 - WWW.GUSTOH24.IT
Rapporto Bio: sale la quota di superfici coltivate, ma i consumi non tengono il passo 507
07/09/2023 - WWW.TARGATOCN.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 512
06/07/2023 - IT.ITALY24.PRESS
I PRODOTTI BIOLOGICI CRESCONO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENONO IL PASSO 515
08/09/2023 - WWW.ITALIAFRUIT.NET
La salute del Pianeta passa dalla tua spesa - Italiafruit News 519
01/07/2023 - IT.ITALY24.PRESS
Cosa c'è dietro una buona pasta, ne parliamo con il Consorzio Marche Bio 522
06/06/2023 - IT.ITALY24.PRESS
Anche il ministro Lollobrigida per il compleanno di TreValli: "60 anni di crescita" 524

27/01/2023 - WWW.DIGITALVOICE.IT
Progetto Biocereals 4.0 : l'agricoltura biologica delle Marche guarda il futuro - Digitalvoice 526
08/09/2023 - ILCENTROTIRRENO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 529
30/06/2023 - WWW.NONSOLOFLAMINIA.IT
Cosa c'è dietro una buona pasta, se ne parla con il Consorzio Marche Biologiche a Isola del Piano 532
14/06/2023 - WWW.NONSOLOFLAMINIA.IT
Agricoltura biologica, a Monte Porzio visite ai campi per studiare le nuove varietà di grano 534
26/03/2023 - WWW.NONSOLOFLAMINIA.IT
Il bio delle Marche ancora più smart, presentato a Montefelcino il progetto "Si-riparte" ... 536
09/11/2023 - WWW.TERRANUOVA.IT
Le giuste informazioni per riconoscere i prodotti biologici: tre incontri 538
08/09/2023 - WWW.MEDIAKEY.TV
"Io Parlo Bio" la campagna targata Masaf-Ismea con Elio 541
24/10/2022 - WWW.PRIMACOMMUNICATION.IT
L'agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - PRIMA COMMUNICATION 544
07/09/2023 - WWW.LAVOCEDIGENOVA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 548
30/09/2023 - WWW.TERRANUOVA.IT
Finanziato il progetto della filiera dei semi bio del Consorzio Marche Biologiche 551
07/09/2023 - WWW.PADOVANEWS.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 554
05/07/2023 - WWW.ASSOCIAZIONEABRUZZESEDIROMA.IT
Bio italiano, il suolo coltivato cresce, i consumi no: in Abruzzo raddoppia la media delle superfici coltivate 558
05/07/2023 - WWW.ASSOCIAZIONEABRUZZESEDIROMA.IT
CRESCE IL BIOLOGICO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENGONO IL PASSO ... 562
14/06/2023 - WWW.PASTAEPASTAI.IT
Girolomoni e Montebello, iniziativa per nuove varietà grano bio 566
07/09/2023 - WWW.SPOTANDWEB.IT
Al via la campagna MASAF-ISMEA per promuovere il consumo di alimenti biologici 570
13/12/2023 - WWW.MARK-UP.IT
Consorzio Marche Biologiche traccia un bilancio 573
07/09/2023 - TERRAEVITA.EDAGRICOLE.IT
#IOPARLOBIO, la campagna targata Masaf-Ismea 576
07/09/2023 - WWW.VIVEREURBINO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 578
08/09/2023 - WWW.CORRIEREORTOFRUTTICOLO.IT
AL VIA LA CAMPAGNA ISTITUZIONALE PER PROMUOVERE I CONSUMI BIO 582
08/09/2023 - WWW.CORRIEREORTOFRUTTICOLO.IT
"IO PARLO BIO", L'ALLEANZA PROMUOVE LA CAMPAGNA: "ORA PUNTARE SULLE FILIERE PRODUTTIVE" 585
07/09/2023 - WWW.NEWSBIELLA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 587
07/09/2023 - WWW.LIBEROREPORTER.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 590
08/09/2023 - WWW.ILTIRRENO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 594
08/09/2023 - WWW.LASVOLTA.IT
Ultimo'ora: La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea ... 597

11/09/2023 - GREENPLANET.NET
#IOPARLO, la campagna MASAF – ISMEA per la promozione del bio Made in Italy 600
20/09/2023 - GREENPLANET.NET
In GU il Piano Nazionale delle Sementi Bio, Torriani (Cons. Marche Biologiche): "Strada giusta ma serve una collaborazione di filiera" 603
23/12/2023 - WWW.ILCITTADINODIRECANATI.IT
Consorzio Marche Biologiche: 'Continuare nel segno della comunicazione diffusa per far conoscere il bio e incentivarne i consumi' 606
07/09/2023 - WWW.LOSPECIALEGIORNALE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea » 608
08/09/2023 - WWW.TVSETTE.NET
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 611
07/09/2023 - WWW.GAZZETTADIMODENA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 614
09/11/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Un italiano su due non riconosce il logo ufficiale dei cibi BIO 618
26/09/2023 - WWW.VIVEREPESARO.IT
Montefelcino: convegno sulla riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi, nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio 620
18/09/2023 - WWW.VIVEREMACERATA.IT
Info con MarcheBio, incontro a Corridonia 622
06/12/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Consorzio Marche Biologiche: 'Continuare nel segno della comunicazione diffusa per far conoscere il bio e incentivarne i consumi' 624
09/11/2023 - WWW.ILMETAURO.IT
Biologico, un italiano su due non riconosce il logo uffficiale 626
26/09/2023 - WWW.VIVEREPESARO.IT
Montefelcino: convegno sulla riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi, nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio 628
23/09/2023 - WWW.SORDIONLINE.COM
Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico 631
07/09/2023 - QUOTIDIANODIBARI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 632
07/09/2023 - WWW.CHIVASSOGGI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 635
07/09/2023 - WWW.IMPERIANEWS.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 638
07/09/2023 - WWW.LIFESTYLEBLOG.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 641
07/09/2023 - WWW.LAVOCEDIASTI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 645
04/10/2023 - CITTADINAPOLI.COM
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 648
07/09/2023 - WWW.UTILITALIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 650
07/09/2023 - AMBIENTE.TISCALI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 654
08/09/2023 - WWW.GAZZETTADIREGGIO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 658
07/09/2023 - WWW.SICILIAREPORT.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 661
08/09/2023 - WWW.UN-INDUSTRIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 664
05/09/2023 - AGRICOLAE.EU
Demeter Italia a Sana 2023: Più bio per tutti: ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti? 667
07/09/2023 - WWW.INFOVERCELLI24.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 670

22/09/2023 - AGRICOLAE.EU
Giornata europea biologico, Alleanza Cooperative: risorse a disposizione del comparto siano indirizzate alle imprese riunite in filiera 673
07/09/2023 - AGRICOLAE.EU
Sana, Torriani (Alleanza Cooperative): Bene campagna istituzionale "Io parlo bio" per promuovere consumi 675
03/10/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Info ConMarche Bio: la filiera sementiera di qualità per valorizzare l'agricoltura biologica ... 678
05/10/2023 - IT.ADVFN.COM
Biologico: Alleanza coop, in piano nazionale priorita' a rafforzamento filiere 680
07/09/2023 - QUOTIDIANODIFOGGIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 681
26/09/2023 - WWW.CRONACHEMARCHE.IT
La riforma della PAC e l'agricoltura biologica 684
11/09/2023 - AGRICOLAE.EU
"Più bio per tutti: ce lo chiede l'europa. Siamo pronti?" - Demeter Italia accende i riflettori sul tema dell'agroalimentare 686
04/10/2023 - AGRICOLAE.EU
Biologico, Alleanza Cooperative: Piano d'azione nazionale, puntare a sostegno della domanda e rafforzare filiere 690
22/09/2023 - WWW.AGROALIMENTARENEWS.COM
Filiera Bio, in arrivo oltre 7 mln per le Marche 693
07/09/2023 - WWW.LAVOCEDIALBA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 696
15/09/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Al via 'Info Conmarchebio', gli incontri rivolti agli addetti del settore bio 699
23/09/2023 - IT.ADVFN.COM
Agricoltura: Alleanza coop, concentrare fondi per biologico su filiere 701
08/09/2023 - WWW.MYFRUIT.IT
Consumi, al via la campagna istituzionale #ioparlobio 702
08/09/2023 - WWW.ILSANNIOQUOTIDIANO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 705
08/09/2023 - WWW.ILSANNIOQUOTIDIANO.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 708
18/09/2023 - WWW.CRONACHEMARCHE.IT
Marche biologiche, l'inflazione frena i consumi 711
07/09/2023 - WWW.WORLDMAGAZINE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 713
18/09/2023 - WWW.ILCITTADINODIRECANATI.IT
Al via "Info Conmarchebio", gli incontri rivolti agli addetti del settore bio 717
07/09/2023 - WWW.TARANTOBUONASERA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 719
17/09/2023 - WWW.ADRIAECO.EU
Al via a Fermo gli incontri per gli addetti del settore bio 723
07/09/2023 - WWW.SBIRCIALANOTIZIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 725
22/09/2023 - AGRICOLAE.EU
Giornata europea per il bio:Il Consorzio Marche Biologiche festeggia con un progetto da oltre 7 milioni di euro 729
22/09/2023 - WWW.QUOTIDIANOSOCIALE.IT
AGRICOLTURA/Nelle Marche il distretto bio più grande d'Europa. L'assessore Antonini: ora investimenti strategici 731
09/12/2023 - BYINNOVATION.EU
Consorzio Marche Bio promuove biologico 733
06/12/2023 - AGRICOLAE.EU
Consorzio Marche Bio, la comunicazione ha un ruolo sempre più importante per sostenere il

biologico 735
07/09/2023 - WWW.24OVEST.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 738
09/11/2023 - WWW.QUOTIDIANOSOCIALE.IT
Un italiano su due non riconosce il logo dei cibi BIO. Francesco Torriani (Consorzio Marche Biologiche): "Fondamentale informare i consumatori" 741
07/09/2023 - WWW.NEWSNOVARA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 743
08/09/2023 - GIORNALERADIO.FM
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 746
08/09/2023 - FOGLIE.TV
La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici 749
07/09/2023 - WWW.VETRINATV.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 752
23/09/2023 - BYINNOVATION.EU
Finanziamenti a filiera bio nelle Marche 756
07/09/2023 - WWW.RETE55.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 758
05/10/2023 - WWW.AGRAPRESS.IT
TORRIANI (ALLEANZA COOPERATIVE) A D'ERAMO, PIANO D'AZIONE RAFFORZI FILIERE E CONSUMI 761
04/10/2023 - PRIMOPIANO24.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 763
23/09/2023 - TUTTONOTIZIE.NET
Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico 766
28/09/2023 - ES.ITALY24.PRESS
Aprobado el proyecto Supply Chain de ConMarcheBio. Más de 7 millones de euros asignados 767
23/09/2023 - WWW.QUOTIDIANOCONTRIBUENTI.COM
Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico 769
07/09/2023 - WWW.VCONEWS.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 770
08/09/2023 - WWW.AGRAPRESS.IT
ISMEA PRESENTA AL SANA CAMPAGNA COMUNICAZIONE PER PROMOZIONE CONSUMO ALIMENTI BIO 773
08/09/2023 - WWW.LANUOVAFERRARA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 776
08/09/2023 - WWW.AGRAPRESS.IT
TORRIANI (ALLEANZA COOPERATIVE), BENE CAMPAGNA "IO PARLO BIO" PER PROMUOVERE CONSUMI 779
04/10/2023 - WWW.SUOLOESALUTE.IT
PIÙ RISORSE PER LE IMPRESE BIO RIUNITE IN FILIERA 781
07/09/2023 - WWW.PIAZZAPINEROLESE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 782
23/09/2023 - IT.ITALY24.PRESS
Filiera bio, oltre 7 milioni in arrivo per le Marche – 785
07/09/2023 - WWW.VALSESIANOTIZIE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 787
06/12/2023 - WWW.INFOIMPRESA.INFO
L'attività di Consorzio Marche Biologiche 790
08/09/2023 - WWW.CUOREECONOMICO.COM
Biologico, al via campagna media a cura di Ismea e Masaf 792
11/09/2023 - WWW.VERDECOLOGIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 794
07/09/2023 - WWW.CRONACADISICILIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 797

07/09/2023 - WWW.GUSTOH24.IT
Dal SANA Bologna: la salute del Pianeta passa dalla tua spesa Set 7, 2023 800
07/09/2023 - WWW.LAFRECCIAWEB.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella 805
06/09/2023 - WWW.FOODAY.IT
"Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?" 808
05/10/2023 - CITTADI.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 811
28/09/2023 - DE.ITALY24.PRESS
Das ConMarcheBio Supply Chain-Projekt wurde genehmigt. Über 7 Millionen Euro bereitgestellt 813
07/09/2023 - WWW.GIORNALEINFOCASTELLIROMANI.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 815
08/09/2023 - LAFIRMADELREDATTORE.COM
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 818
08/09/2023 - BREAKING.FUNWEEK.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 821
07/09/2023 - WWW.GRUGLIASCO24.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 824
04/10/2023 - ACCADEORA.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 827
07/09/2023 - UNIVERSONOTIZIE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 829
08/09/2023 - WWW.VIVERELOMBARDIA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 832
04/10/2023 - CORRIEREDIPALERMO.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 835
08/09/2023 - WWW.ILBUSTESE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 837
04/10/2023 - CORRIEREDIANCONA.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 840
04/10/2023 - ILCORRIEREDIBOLOGNA.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 842
05/10/2023 - CRONACHEDELMEZZOGIORNO.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 844
05/10/2023 - CRONACHEDELLACALABRIA.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 846
07/09/2023 - WWW.LOCALPAGE.EU
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 848
07/09/2023 - WWW.ENOCIBARIO.IT
"PIÙ BIO PER TUTTI, CE LO CHIEDE L'EUROPA. SIAMO PRONTI?" 852
04/10/2023 - WWW.FORUMITALIA.INFO
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 854
04/10/2023 - MAGAZINE-ITALIA.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 856
04/10/2023 - WWW.ONDAZZURRA.COM
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 858
08/09/2023 - WWW.VIVEREEUROPA.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 860
04/10/2023 - CORRIEREFLEGREO.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 863
04/10/2023 - GAZZETTADIGENOVA.IT
Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo 865
07/09/2023 - WWW.LUGANOLIFE.IT
La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea 867

01/01/2024 - BIO MAGAZINE
PIÙ BIO PER TUTTI 870
28/09/2023 - L'INFORMATORE AGRARIO
logico: i fondi vadano alle imprese riunite in filiera 872

09/07/2023

Il Messaggero

Pagina 15

EAV: € 16.296
Lettori: 292.828

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/26138.main.png

Biologico, corsa ai terreni effetto rincari sui consumi

▸È cresciuta al 19% la quota dei campi «sostenibili», pari a 2,3 milioni di ettari

▸A causa dell'aumento dei prezzi si riducono al 3,6% gli acquisti di prodotti

Il caso Effetto maltempo sulla raccolta

Grano, parte la mietitura: raccolta-10%

Frutta e verdura, via alle nuove regole Bruxelles apre all'innovazione genetica

In Ce prodotti più resistenti

In settimana scattano gli scioperi di treni e aerei

Legalmente
Vendite immobiliari, mobiliari e fallimentari
Ancona 071 2149851
Lecce 0832 2781
Mestre 041 5320200
Milano 02 757091
Napoli 081 2473111
Roma 06 327081
www.legalmente.net

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/07/2023

Il Messaggero

Pagina 15

EAV: € 16.296
Lettori: 292.828

Argomento: Consorzio

Biologico, corsa ai terreni effetto rincari sui consumi

È cresciuta al 19% la quota dei campi «sostenibili», pari a 2,3 milioni di ettari

LO SCENARIO ROMA L'obiettivo indicato dall'Europa è da raggiugere nel 2030, ma sei regioni italiane Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia l'hanno già fatto.

E tutto il Paese è lanciato a grande velocità verso il target del 25% di terreni agricoli coltivati con sistemi biologici ben prima della scadenza indicata dal programma europeo Farm to Fork.

Anche nel 2022 le superfici bio sono cresciute (del 7,5%, il doppio del tasso di incremento dell'anno precedente) portando al 19% la quota dei campi biologici sul totale dei tradizionali.

Con 2,3 milioni di ettari e col più alto numero di produttori, trasformatori e importatori (92mila in tutto), l'Italia si conferma al primo posto nel settore in Europa.

IL NODO PREZZI Purtroppo, la crisi economica degli ultimi anni non sta però premiando gli investimenti e i maggiori costi di produzione degli agricoltori bio: l'incidenza già bassa delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva, nel 2022 è scesa dal 3,9% al 3,6%.

Sembra lontanissima la performance del 2020, quando in pieno Covid i consumatori sull'onda del lockdown e della ricerca di maggiori gratificazione, spinsero il mercato bio su del 9,5%, calato poi del 4,6% l'anno successivo e rimasto ancora giù adesso.

Solo nei consumi fuori casa (bar e ristoranti) il settore tiene.

Luci e ombre del comparto sono stati fotografati da Ismea che ha presentato a l'Aquila il rapporto "Bio in cifre".

I risultati dimostrano, come ha detto il ministro dell'Agricoltura e della sovranità alimentare Francesco Lollobirigida che «il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con gli obiettivi di sostenibilità produttiva e tenendo conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale».

«Dobbiamo continuare a sostenere il settore ha aggiunto sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità».

I SETTORI I settori più coinvolti nelle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

produzioni bio sono i seminativi (40%, del totale), le colture industriali (+18,1% nel 2022) e il comparto cerealicolo (+5,1%), trainato dai maggiori investimenti (successivi allo scoppio della guerra in Ucraina) a grano duro, grano tenero, orzo e avena.

Al contrario flettono, seppur lievemente, gli ortaggi (-0,4%), mentre prosegue il trend di crescita per le colture permanenti (+9,0%), grazie in particolare agli incrementi di mandorleti, agrumeti, oliveti da olio, noccioleti e vigneti.

L'anno si chiude in positivo anche per prati e pascoli (+14,3% le superfici) e per il comparto della zootecnia bio (bovini + 10,5%, suini +121%, avicoli +16,9% e caprini +7,3%) Solo gli ovini perdono l'1,4% dei capi.

Il mercato di alimenti biologici vale adesso 3,66 miliardi di euro.

Nel 2022 è cresciuto solo dello 0,5%, un tasso ben distante da quello dell'agroalimentare complessivo (+6,4%), e da quello dell'inflazione dei prezzi dell'agroalimentare (9,1%).

Dinamiche che hanno ridotto l'incidenza delle vendite di bio sulla spesa alimentare complessiva al 3,6%.

Creando non poca preoccupazione tra gli operatori.

«E' impellente afferma Francesco Torriani, responsabile del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari - la richiesta di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«L'obiettivo ha agginto può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poichè in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, solo le filiere efficienti sono in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Dallo studio Ismea presentato a l'Aquila dal neo commissario straordinario Livio Proietti e dal dirigente Fabio Del Bravo emerge che le aziende agricole sono mediamente tre volte più grandi delle convenzionali (28,4 ettari rispetto a 11 ettari).

«Ciò smentisce afferma Torriani la tesi comunemente diffusa, secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri».

Carlo Ottaviano © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/07/2023

IL GAZZETTINO

Pagina 15

EAV: € 6.481
Lettori: 156.933

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/26137.main.png

L'agricoltura veneta vale 7,8 miliardi

►Il rapporto sul 2022 dell'agenzia regionale: l'inflazione fa lievitare i costi ma è aumentata anche la redditività

►Il vino si conferma la punta di diamante con export che sfiora i 2,8 miliardi, bene anche ortofrutta e carne

IL BILANCIO

VENEZIA. Cresce il peso dell'agricoltura veneta anche grazie alla fiammata dell'inflazione. Nel 2022 il valore complessivo della produzione lorda del settore primario in regione viene stimato in 7,8 miliardi di euro, in crescita del +18,2% rispetto al 2021. Lo rileva il report di Veneto Agricoltura pubblicato ieri sera. «Si tratta di un'annata particolare che ha visto le conseguenze della guerra in Ucraina con le aziende che hanno dovuto sopportare sulle proprie spalle i pesanti dei costi delle materie, una situazione complicata dalla siccità – commenta il vice presidente di Coldiretti Veneto, Carlo Salvan – non percepita in crescita nei prezzi, quest'anno per esempio le quotazioni dei cereali sono state del 60% in media. E questo non i conti che hanno solo contribuito a scendere, tutti che quest'anno i margini saranno notevolmente a una riduzione significativa».

SALVAN: «2023, MARGINI CRO»

A incidere in maniera proporzionata nel 2022 è stato il generale rincaro dei prezzi di mercato. Un aumento sia di valore prodotto dalle coltivazioni erbacee (+10,0%), sia quelle generate dalle coltivazioni legnose (+20,2%), nonostante un andamento climatico non ottimale durante l'estate, con conseguente minor produzione rispetto a quello del 2021. Per quanto riguarda gli allevamenti, si rileva un peggioramento in termini di quantità prodotte, con un bilancio dell'incremento dei prezzi di mercato, con un valore della produzione che si stima in aumento del +18,1%. La situazione cerealicola (+7%) viene trainata anche per la scarsità di supporto all'agricoltura, «ma a incidere negativamente sul risultato sono stati degli agricoltori senza i fondi e servizi consulenziali e trasferimenti da produttori che, a causa dell'incertezza delle materie prime e quindi dei costi produttivi, non decidono una crescita del +24,2% rispetto all'anno precedente e, di conseguenza, hanno frenato l'incremento del valore aggiunto, al 10,7% rispetto al 2021» informa il rapporto. Annata eccezionalmente calda e secca con pioggia totale del 40% circa sotto rispetto alla norma (2002-2021) e la più secca dell'ultimo ventennio.

CEREALI

Male il mais da granella con produzione di circa 1 milione di tonnellate (-8,7%). Ciò anche la raccolta di frumento tenero (684 tonnellate, +5,5%). Frumento duro grazie ai maggiori investimenti produttivi e (20 ettari tonnellate (+2,3%). Annata negativa per il riso produzione (-10,7%. Per le colture industriali, la soia segna una resa in forte rilancio (+10,3%), ma considerando l'incremento degli investimenti (+40.000 ettari), + 5,3%), la produzione si stima a 357.400 tonnellate (+4,9%). In calo barbabietola da zucchero e tabacco, che ha visto ridurre sensibilmente le superfici coltivate (-20,0%) e raccolta secca del (-6,3%).

Nel 2022 le superfici orticole sono risalite a circa 25.700 ettari, + 3,3%. Il valore della produzione ai prezzi di base di pseudo-corrispondente viene stimato a 880 milioni. La tecnica aziendale (+10,9%). La quantità di frutta fresca raccolta complessivamente nel 2022 è stata di quasi 475.000 tonnellate, (+ 308,9%). Le mele, con circa 305.000 tonnellate, + 9,4%, rappresenta quasi il 64% della frutta fresca prodotta in Veneto. Forti aumenti anche per Kiwi (+ 4,8%), pesco e nettarina (+ 666,6%), kiwi (+ 386,3%), ciliegie (+ 32,3%). Complessivamente si stima un valore della produzione di circa 330 milioni, + 10,2%. Nel 2022 il numero di aziende vivaiste attive sul Bioverdiamo è diminuito a 1.180 unità (-2,7%). Il valore della produzione ai prezzi di base di fiori e piante stimato a 77,4 milioni (+0,3%).

Continua a salire la superficie vitata, che nel 2022 è arrivata a 94.704 ettari (+0,8%), mentre la produzione totale di uva raccolta è di circa 11 milioni di quintali (+7,2%). Stabilità della produzione: quella delle uve (0,76 Kg). La produzione totale di vino, invece, viene stimata in circa 9,9 milioni di ettolitri (+ 8,8%), + 17% vini Doc. Anche nel 2022 il Veneto si conferma come la regione leader in Italia per l'export di vino, con quasi 2,65 miliardi, +0,4%.

ZOOTECNIA

Le consegne di latte in Veneto nel 2022 sono state in diminuzione del 1,0%. Forte aumento del prezzo medio senza del latte crudo, sia alla stalla (un un valore del 47,58 €/tonnellata (+ 28,8%), che fa salire il valore della produzione veneta a 552 milioni per 2008 alla vaccinoti). La produzione di carne bovina in Veneto è aumentata del +1,3%, valore stimato di 33 milioni, + 22,2%. A fine dicembre 2022 erano attivi 5.460 allevamenti (-6%). Il Veneto ha versato al macello 742 mila capi. La Francia ha venduto al Veneto circa 47mila capi, 22 mila in meno. Sono valore produzione a quasi 230 milioni (+ quantità (+0%). Carne ovina: valore produzione a circa 5.000 milioni (+ 0,8%). Veneto leader nazionale.

PESCA

I conti economici regionali dell'Inea per il 2022 indicano una produzione del settore di circa 260 milioni, + 8,1%. La regione che produce in maggiore nel settore: Veneto primato: oltre 110%, 14%. Nell'allevamento in Veneto risultano presenti 651 pescherecci, - 0,6%.

Maurizio Crema

MILE DI BAYS della frutta fresca prodotta in Veneto nel 2022

Coldiretti

Accelera la mietitura ma produzione in calo

Con l'arrivo del caldo torna nelle campagne italiane a mietere il grano ma si stima una perdita del raccolto del 30%. Il rischio concreto – sottolinea Coldiretti – è che il raccolto di grano duro nazionale per la pasta possa scendere a poco più di 3,7 milioni di tonnellate mentre quello di grano tenero per pane e biscotti rischia sotto i 2,7 milioni, quasi un quarto in meno. Il grano duro è coltivato a 1,2 milioni di ettari, quasi un milione in meno rispetto al 2000. Il successo produttore in Italia di frumento tenero nei mesi a Bergamo con 23 Milioni di ettari. Grano duro a circa 38.400 ettari (+ 34%) concentrati in Puglia (80%).

Fis: la famiglia Ferrari cede al fondo Bain Capital

LA SVOLTA

VERONA. La società Fisitrix Italiana Holdings passa di mano. Il fondo Bain Capital Private Equity, società di investimento privata leader a livello mondiale, ha raggiunto l'accordo con Nino Tono Group holding della famiglia Ferrari per il passaggio di mano del Fisitrix partecipazione detenuta da 9kg in Fis, leader in Italia e tra i principali operatori in Europa nella produzione di principali attivi per l'industria farmaceutica.

Fondata nel 1957 dalla famiglia Ferrari a Monteccchio Maggiore, (vicentina), Fis nel 2022 ha registrato un fatturato di circa 700 milione di euro in 70 paesi, con oltre 900 clienti in 1400 il fornitore (ha 60 prodotti attivi attivati in Italia. Il gruppo impiega più di 3.000 dipendenti, di cui 200 impiegati nel nuovo stabilimento di recente costruzione ad Arzignano (Vicenza). Fis ha in portafoglio 15 delle 200 piccole aziende più vendute al mondo, «le oltre 60 anni di storia, la famiglia Ferrari ha creato, sviluppato e consolidato costantemente la crescita di Fis. Oggi è ben posizionata per crescere ulteriormente ed espandersi a livello internazionale. La famiglia Ferrari ha trovato in Bain Capital un partner ideale che condividerà lo sviluppo futuro dell'azienda», hanno dichiarato Giampaolo Ferrari, Alessandro Ferrari e Andrea Cappellin Ferrari, rispettivamente presidente e consiglieri di Fis.

Biologico: corsa ai terreni da coltivare, effetto rincari sui consumi: meno 3,6%

LO SCENARIO

ROMA. L'obiettivo ambizioso dell'Europa è da raggiungere nel 2030 con nel regioni italiane – Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia – l'hanno già fatto. Il tutto è Paese è lontano a grande velocità verso il target del 25% di terreni agricoli coltivati con metodi biologici ben prima della scadenza italiana dal programma europeo Farm to Fork. Anche nel 2022 le superfici hai tasso crescente (del 7,5%, il doppio del tasso di incremento dell'anno precedente) portando al 19% la quota dei campi biologici sul totale dei tradizionali. Con 2,3 milioni di ettari e colpito alto numero di produttori, trasformatori e importatori (90mila in tutto), l'Italia si conferma al primo posto nel settore in Europa.

Pertanto, la crisi economica degli ultimi anni non sia però prevalendo gli investimenti e i maggiori costi di produzione degli agricoltori biologici. L'incidenza gli tassa delle vendite ha sulla spesa agroalimentare complessiva, nel 2022 è scesa dal 3,9% al 3,6%. Scendere leggermente la performance del 2020, quando in pieno Covid i consumatori nell'onda del lockdown e della ricerca di maggiori gratificazione, spinsero il mercato ben su del 9,3%, cifrate poi del 4,6% l'anno successivo e rimasto ancora gli adesso. Sono nei consumi fuori casa (bar e ristoranti) il settore stesso. Dati che arrivano dal rapporto Ismea. I risultati dimostrano, come ha detto il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida che «il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con gli obiettivi di sostenibilità produttiva e tenendo conto della necessità di mantenere l'equilibrio sociale. Dobbiamo continuare a sostenere l'settore».

I SETTORI

I settori più coinvolti sulle produzioni bio sono i seminativi (44% del totale), le colture industriali (+18,3% nel 2022) e il comparto orticolo (+5,1%), trainato dai maggiori investimenti successivi alle scoppio della guerra in Ucraina) a grano duro, grano tenero, orzo e avena. Al contrario flessione, seppur lieve, per agrumi (-0,4%), mentre prosegue il trend di crescita per le colture permanenti (+9%), grazie in parte ai maggiori investimenti di mandorli, agrumi, alberi da olio, nocciolati e vigneti. L'anno si chiude in positivo anche per prati e pascoli (+14,3% le superfici) e per il comparto della zootecnia bio (bovini + 18,3%, suini +23%, ovicoli +16,9% e caprini +1,2%). Solo gli avicoli perdono 11,4% dei capi. Il mercato di alimenti biologici vale almeno 3,66 miliardi di euro. Nel 2022 è cresciuto solo dello 0,6% «È impossibile – afferma Francesca Tortorici, responsabile del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari - la richiesta di prodotti biologici nei territori, sostenendo contemporaneamente anche la domanda».

NO Giovani impegnati nei campi

L'ANNO SCORSO I CAMPI "SOSTENIBILI" SONO CRESCIUTI A 2,3 MILIONI DI ETTARI, MA ORA I PRODUTTORI TEMONO LA CRISI DEL MERCATO

STM
Studio Temporary Manager

SITUAZIONI STRAORDINARIE RICHIEDONO SOLUZIONI MANAGERIALI STRAORDINARIE

Studio Temporary Manager S.p.A., 1° provider a capitale italiano di soluzioni manageriali su misura, mette a disposizione delle imprese il suo staff di Temporary Manager altamente qualificati, per affiancare gli imprenditori nelle situazioni straordinarie e garantire l'adeguata professionalità e competenze aggiuntive, con soluzioni full-time e part-time a seconda delle necessità.

- Operations & Supply Chain
- Sales & Marketing
- Project Management
- Finance, Controlling & IT
- HR & Organizzazione
- Ricerca e Selezione
- Copertura vuoto manageriale
- Passaggio Generazionale
- Turnaround
- M&A, advisor industriale, ricerca partner industriali/finanziari
- Finanza Agevolata
- Presenza indipendente nel CdA

VERONA MILANO TORINO ROMA BRESCIA BOLOGNA ANCONA
Tel. 045 80 12 886 - www.temporarymanager.info

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/07/2023

IL GAZZETTINO

Pagina 15

EAV: € 6.481
Lettori: 156.933

Argomento: Consorzio

Biologico: corsa ai terreni da coltivare, effetto rincari sui consumi: meno 3,6%

LO SCENARIO ROMA L'obiettivo indicato dall'Europa è da raggiugere nel 2030, ma sei regioni italiane Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia l'hanno già fatto.

E tutto il Paese è lanciato a grande velocità verso il target del 25% di terreni agricoli coltivati con sistemi biologici ben prima della scadenza indicata dal programma europeo Farm to Fork.

Anche nel 2022 le superfici bio sono cresciute (del 7,5%, il doppio del tasso di incremento dell'anno precedente) portando al 19% la quota dei campi biologici sul totale dei tradizionali.

Con 2,3 milioni di ettari e col più alto numero di produttori, trasformatori e importatori (92mila in tutto), l'Italia si conferma al primo posto nel settore in Europa.

Purtroppo, la crisi economica degli ultimi anni non sta però premiando gli investimenti e i maggiori costi di produzione degli agricoltori biologici: l'incidenza già bassa delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva, nel 2022 è scesa dal 3,9% al 3,6%.

Sembra lontanissima la performance del 2020, quando in pieno Covid i consumatori sull'onda del lockdown e della ricerca di maggiori gratificazione, spinsero il mercato bio su del 9,5%, calato poi del 4,6% l'anno successivo e rimasto ancora giù adesso.

Solo nei consumi fuori casa (bar e ristoranti) il settore tiene.

Dati che arrivano dal rapporto Ismea.

I risultati dimostrano, come ha detto il ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobirigida che «il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con gli obiettivi di sostenibilità produttiva e tenendo conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale.

Dobbiamo continuare a sostenere il settore».

I SETTORI I settori più coinvolti nelle produzioni bio sono i seminativi (40%, del totale), le colture industriali (+18,1% nel 2022) e il comparto cerealicolo (+5,1%), trainato dai maggiori investimenti (successivi allo scoppio della guerra in Ucraina) a grano duro, grano tenero, orzo e avena.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Al contrario flettono, seppur lievemente, gli ortaggi (-0,4%), mentre prosegue il trend di crescita per le colture permanenti (+9%), grazie in particolare agli incrementi di mandorleti, agrumeti, oliveti da olio, noccioleti e vigneti.

L'anno si chiude in positivo anche per prati e pascoli (+14,3% le superfici) e per il comparto della zootecnia bio (bovini + 10,5%, suini +121%, avicoli +16,9% e caprini +7,3%) Solo gli ovini perdono l'1,4% dei capi.

Il mercato di alimenti biologici vale adesso 3,66 miliardi di euro.

Nel 2022 è cresciuto solo dello 0,5%.

«È impellente afferma Francesco Torriani, responsabile del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari - la richiesta di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

EAV: € 4.368
Lettori: 70.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/36012.pdf

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

PIÙ BIO PER TUTTI

Un sistema alimentare sostenibile in Europa: si fa il punto della situazione in vista dei grandi obiettivi del 2050 per salvare il pianeta

In occasione di SANA 2023, il Salone internazionale del biologico e del naturale, tenutosi lo scorso settembre, uno degli appuntamenti più attesi è stato il convegno "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa.
Siamo pronti?
", voluto da Demeter Italia, l'associazione di produttori, trasformatori e distributori di prodotti agricoli e alimentari biodinamici che svolge un'attenta azione di controllo su produzione, trasformazione e commercializzazione (seguendo ogni fase della filiera fino al rilascio della certificazione e all'etichettatura).
L'obiettivo del convegno è stato quello di sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa. Questo momento di approfondimento è stato inoltre il pretesto per ragionare sui grandi traguardi che si è posto il progetto "Green New Deal", percorso orientato a trasformare l'UE nel primo territorio a impatto climatico zero entro il 2050. Un particolare occhio di riguardo è andato al mondo dell'agricoltura e dell'ambiente, con focus sulla "Farm to Fork", la strategia studiata per trasformare il sistema alimentare europeo rendendolo più sostenibile.
Si è fatta anche chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e di consapevolezza dei cittadini. Partendo dal presupposto che gli obiettivi della "Farm to Fork" sono quelli di raggiungere, entro il 2030, la riduzione del 50% dei pesticidi chimici, di almeno il 20% dei fertilizzanti e del 50% delle vendite di antimicrobici e antibiotici, oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico, in Italia sembriamo procedere sulla buona strada, con circa il 18% dei terreni della Superficie Agricola Utilizzata (SAU) a conduzione biologica.
Dunque l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, anche se il risultato non può essere considerato in sé ma deve essere visto in un'ottica più globale.
"È necessario incentivare le politiche agricole a favore della produzione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso", ha sottolineato Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane.

Inoltre, il presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche, Maria Letizia Gardoni, ha ricordato come la conversione al biologico e alla biodinamica continui ad attrarre nuove aziende, in particolare quelle condotte da donne e da giovani.

Anche i consumatori, dal conto loro, giocano un ruolo chiave in tutto ciò, e come sostiene anche Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia: "Le aziende devono fornire ai consumatori tutti gli elementi per operare la scelta migliore; solo in questo modo potranno scegliere consapevolmente prodotti che facciano loro del bene, comprendendo il valore di una spesa che non è solo alimentare ma è un investimento in ambiente e salute".

In altri Paesi europei questa consapevolezza è già forte, come dimostrano le aziende biodinamiche italiane che mediamente fatturano per il 70% al di fuori del nostro Paese.

Enrico Amico, presidente di Demeter Italia, così commenta: "Attraverso un marchio riconosciuto come Demeter, il consumatore instaura una relazione di totale fiducia nei confronti del produttore.

In quest'ottica, per incentivare tale processo, anche da noi abbiamo bisogno di strumenti, come ricerca e formazione che, anche quando non ci saranno più i finanziamenti europei, potranno rendere sostenibile a lungo termine la transizione verso il modello biologico e biodinamico". Per maggiori informazioni: www.demeter.it

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/6119.main.png

IL FLAGELLO DELLE BOLLETTE

I numeri

Per la Copagri
10% delle aziende agricole hanno lavorato in perdita

A settembre 2022
Crea, Ente italiano di ricerca agroalimentare ha calcolato che i rincari sono stati

+ 29.060 €
per le aziende agricole

+ 90.129
per gli allevamenti latte

Var. % su base annua

+1100% Energia Elettrica (11.065€/ 35.931€)	+ 80% Foraggi e Lettimi (5.826/ 5.314€)	+250% Fertilizzanti (7.240 €)
+110% Gasolio (2.962 € / 5.912€)	+95% Sementi/ Piantine (2.571 €)	+ 15% Fitosanitari (3284€)
+ 95% Mangimi (3.841 € / 33.931€)		

In grassetto: Gli aumenti di costo medio aziende agricole
In corsivo: I rincari per allevamenti latte

Agricoltura

Energia, fertilizzanti e mangimi: i rincari decimano il raccolto

Aumenti choc: fino a 1.100% per l'elettricità, raddoppiato il costo del gasolio
Passacantando di Copagri: «Un'azienda su dieci sta lavorando in perdita»

Il mutamento dello scenario energetico sta generando una grave crisi nel comparto agricolo. Per il neoeletto Presidente di Copagri Marche Andrea Passacantando «una azienda su dieci sta lavorando in perdita e la colpa è degli aumenti a catena che stanno investendo negativamente tutti i settori dell'agricoltura marchigiana già in balia dei cambiamenti climatici. Questi ultimi anni - ricorda - la siccità e le temperature roventi sono state un flagello, per non parlare di eventi meteorologici tragici come l'alluvione».

Partendo dai dati del Crea, l'Ente italiano di ricerca agroalimentare, ricorda il +1.100% delle bollette elettriche, il + 110% del gasolio, dei mangimi (+95%), dei foraggi (+80%), dei fertilizzanti (+250%) che, da settembre 2021 a settembre 2022, sono costati in media 29mila euro in più alle aziende agricole e 90mila per gli allevatori.

«Certo, questi ultimi quattro mesi, è stato calmierato il prezzo del gas, tuttavia - spiega - la situazione è preoccupante. Le aziende hanno dovuto fare i conti con un prezzo dell'energia che nel 2021 era di 9/10 centesimi al kw ed oggi si è stabilizzato sia 35/40 cent, ma con picchi a 70. Costi alle stelle che hanno e stanno condizionando le dinamiche e le scelte di tutti i comparti. Dal cerealicolo all'ortofrutticolo, dal florovivaistico al mondo del vino, dell'olio, dagli agriturismi all'agroalimentare alle prese oltre con gli aumenti delle materie prime e pure con i rincari del packaging, delle spese logistiche e di spedizione sia sul mercato interno, sia nell'export. Senza dimenticare la zootecnia. Purtroppo, i costi energetici, hanno costretto tanti allevatori a ridimensionare le loro attività e altri, addirittura, per mancanza di redditività, a valutare se non stanno pensando di chiudere del tutto».

«TANTI ALLEVATORI STANNO PENSANDO DI CHIUDERE L'ATTIVITÀ»

Energia dalle stalle

Nella rosa di soluzioni su cui sta lavorando: spiegare e incentivare l'agricoltore a cogliere le opportunità della Pac 2023-2027, lavorare affinché ci siano strategie per calmierare l'aumento dei prezzi e su politiche che diano più valore all'agricoltore purtroppo anello debole della catena. Ma anche farne uno degli attori della sovranità energetica mettendo a disposizione le proprie strutture per impianti rinnovabili. Il «Il che implica – incalza – di agevolarlo dovevo adeguando le misure al mondo agricolo». Prende in esempio il Bando Agricolture del Masaf.

«Seppure un bando ministeriale tanto attesa, delle risorse disponibili, in realtà sono stati richieste solo il 30%. E ciò per un doppio problema: uno burocratico, la domanda era complessa da compilare; e più di tutto il vincolo dell'autoconsumo. Non si può installare un impianto rinnovabile di una potenza pari a quella che l'azienda consuma. Non tutte le imprese agricole sono energivore, e tranne per qualche settore, non hanno consumi elevati di elettricità ma insieme possono dare un contributo importante».

Pannelli solari

Ne è convinto anche Francesco Terrani, presidente di ConMarcheBio, il consorzio Marche Biologiche e di Confcooperative Fedagripesca. «Finora – entra nel merito – l'energia era considerata una commodity acquistabile anche sul mercato globalizzato dove costava meno, ma non si può produrre cibo senza porsi il problema di chi produce l'energia e da dove viene la materia prima. Dico io a produrlo sul luogo ma nel rispetto dei vincoli normativi e del paesaggio». Nella sua visione: il "solare" che sfrutta le superfici dei tetti; riutilizzare gli scarti di produzione per impianti a biogas.

Véronique Angeletti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il docente Univpm

Toscano: «La soluzione? Investire nel biometano»

«Il biogas è la trasformazione anaerobica dei residui agricoli e agroindustriali ma - «investendo ulteriormente - spiega il professore Giuseppe Toscano del dipartimento D3A della Politecnica delle Marche (nella foto) - è possibile raffinarlo in biometano. Ossia togliere l'anidride carbonica e trasformarlo in un gas di origine vegetale non più per i gruppi elettrogeni che producono elettricità e calore ma da immettere direttamente nella rete "Metano" a servizio di tutti o di uno acquirente già ben identificato. Ci sono vantaggi ambientali ed economici nella gestione dei residui che diventano un prodotto che dà un contributo alla sovranità energetica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/01/2023

Corriere Adriatico

Pagina 24

EAV: € 2.387
Lettori: 41.682

Argomento: Consorzio

Energia, fertilizzanti e mangimi: i rincari decimano il raccolto

Aumenti choc: fino a 1.100% per l'elettricità, raddoppiato il costo del gasolio
Passacantando di Copagri: «Un'azienda su dieci sta lavorando in perdita»

Il mutamento dello scenario energetico sta generando una grave crisi nel comparto agricolo.

Per il neoeletto Presidente di Copagri Marche Andrea Passacantando «una azienda su dieci sta lavorando in perdita e la colpa è degli aumenti a catena che stanno investendo negativamente tutti i settori dell'agricoltura marchigiana già in balia dei cambiamenti climatici.

Questi ultimi anni - ricorda - la siccità e le temperature roventi sono state un flagello, per non parlare di eventi meteorologici tragici come l'alluvione».

Partendo dai dati del Crea, l'Ente italiano di ricerca agroalimentare, ricorda il +1.100% delle bollette elettriche, il + 110% del gasolio, dei mangimi (+95%), dei foraggi (+80%), dei fertilizzanti (+250%) che, da settembre 2021 a settembre 2022, sono costati in media 29mila euro in più alle aziende agricole e 90mila per gli allevatori.

«Certo, questi ultimi quattro mesi, è stato calmierato il prezzo del gas, tuttavia - spiega - la situazione è preoccupante.

Le aziende hanno dovuto fare i conti con un prezzo dell'energia che nel 2021 era di 9/10 centesimi al kw ed oggi si è stabilizzato sì a 35/40 cent.

ma con picchi a 70.

Costi alle stelle che hanno e stanno condizionando le dinamiche e le scelte di tutti i comparti.

Dal cerealicolo all'ortofrutticolo, dal florovivaistico al mondo del vino, dell'olio, dagli agriturismi all'agroalimentare alle prese oltre con gli aumenti delle materie prime e pure con i rincari del packaging, delle spese logistiche e di spedizione sia sul mercato interno, sia nell'export.

Senza dimenticare la zootecnia.

Purtroppo, i costi energetici, hanno costretto tanti allevatori a ridimensionare le loro attività e altri, addirittura, per mancanza di redditività, a valutare se non stanno pensando di chiudere del tutto».

Energia dalle stalle Nella rosa di soluzioni su cui sta lavorando: spiegare e incentivare l'agricoltore a cogliere le opportunità della Pac 2023-2027,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

lavorare affinché ci siano strategie per calmierare l'aumento dei prezzi e su politiche che diano più valore all'agricoltore purtroppo anello debole della catena.

Ma anche farne uno degli attori della sovranità energetica mettendo a disposizione le proprie strutture per impianti rinnovabili.

«Il che implica incalza di agevolarlo davvero adeguando le misure al mondo agricolo».

Prende in esempio il Bando Agrisolare del Masaf.

«Seppure un bando ministeriale tanto atteso, delle risorse disponibili, in realtà sono stati richieste solo il 30%.

E ciò per un doppio problema: uno burocratico, la domanda era complessa da compilare; e più di tutto il vincolo dell'autoconsumo.

Non si può installare un impianto rinnovabile di una potenza pari a quella che l'azienda consuma.

Non tutte le imprese agricole sono energivore, e tranne per qualche settore, non hanno consumi elevati di elettricità ma insieme possono dare un contributo importante».

Pannelli solari Ne è convinto anche Francesco Torriani, presidente di ConMarcheBio, il consorzio Marche Biologiche e di Confcooperative Fedagripesca.

«Finora entra nel merito l'energia era considerata una commodity acquistabile anche sul mercato globalizzato dove costava meno, ma non si può produrre cibo senza porsi il problema di chi produce l'energia e da dove viene la materia prima.

Dico sì a produrlo sul luogo ma nel rispetto dei vincoli normativi e del paesaggio».

Nella sua visione: il solare che sfrutta le superfici dei tetti; riutilizzare gli scarti di produzione per impianti a biogas.

Véronique Angeletti © RIPRODUZIONE RISERVATA.Il biogas è la trasformazione anaerobica dei residui agricoli e agroindustriali ma «investendo ulteriormente - spiega il professore Giuseppe Toscano del dipartimento D3A della Politecnica delle Marche (nella foto) - è possibile raffinarlo in biometano.

Ossia togliere l'anidride carbonica e trasformarlo in un gas di origine vegetale non più per i gruppi elettrogeni che producono elettricità e calore ma da immettere direttamente nella rete Metano a servizio di tutti o di uno acquirente già ben identificato.

Ci sono vantaggi ambientali ed economici nella gestione dei residui che diventano un prodotto che dà un contributo alla sovranità energetica».

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/4263.main.png

IL CAMBIO DI PASSO NEI CAMPI

Premi alle piccole imprese e investimenti sul biologico nuova politica agricola al via

Dal 1° gennaio è in vigore la Pac 2023/2027 che prevede contributi più selettivi
Frascarelli (Ismea): «Più adempimenti burocratici, ma con strategie mirate»

IL PIANO

ANCONA Cambiano i sostegni e cambiano gli impegni. Diversamente Pac, la politica agricola comune 2023-2027, in vigore dal 1° gennaio. Poggia sempre sul sistema dei contributi ma più selettivi. L'impresa agricola è premiata, oltre che per i suoi "titoli" (i diritti acquisiti) soprattutto per i suoi comportamenti virtuosi. La nuova Pac, strumento di politica economica, amplifica la sua dimensione collettiva ambientale e sociale: l'agricoltore diventa multitasking e, per assicurarsi una corretta integrazione al reddito, dovrà avere una visione chiara della propria strategia aziendale.

I pagamenti

La prima novità riguarda i pagamenti diretti. «Si tratta di un sostegno di base – spiega Andrea Montresor, responsabile dell'area economica Coldiretti Marche – con una condizionalità rafforzata che introduce, ad esempio, l'obbligo di rotazione colturale e il 4% di aree ed elementi non produttivi sul totale dei seminativi aziendali. Sostegno però riformato con la convergenza graduale dei titoli per avvicinarsi ad un unico valore nel 2027 che sarà di circa 167 euro». Una ridistribuzione e un'uniformazione che porteranno ad un leggero aumento per le aziende di montagna e una diminuzione per quelle di pianura. Altra novità, gli Eco-Schemi. «Sono pagamenti aggiuntivi riconosciuti agli agricoltori che si impegnano al rispetto di pratiche agricole per regimi ecologici che vanno oltre la condizionalità rafforzata». Gli Eco-Schemi assorbiranno complessivamente circa 880 milioni di euro e riguarderanno misure specifiche per il settore zootecnico (42% delle risorse) e misure per favorire la gestione sostenibile delle superfici agricole attraverso: inerbimento colture arboree (17%), salvaguardia degli olivi dal valore paesaggistico (17%), sistemi foraggeri (18%) e a favore degli insetti impollinatori (5%). «Cinque pagamenti – commenta il Presidente dell'Ismea, Angelo Frascarelli, marchigiano di Treia – 5 ecoschemi. Ili pagamenti accoppiati, 5 sostegni settoriali (ortofrutta, api, olio d'oliva, vino e patate) e 7% di sviluppo rurale che portano è vero ad una frammentazione di interventi ma positiva poiché attiva una politica più estranea alle varie esigenze dell'agricoltura italiana anche se aumenterà gli adempimenti amministrativi «burocratici».

I premi

Inoltre, sono previsti premi per i piccoli agricoltori (30% del budget) e per i giovani (2%). Altro elemento qualificante è l'aumento di 180 milioni di euro annui di risorse a favore dell'agricoltura biologica. Oltre al pagamento di base, gli agricoltori potranno ricevere anche il pagamento redistributivo, un aiuto aggiuntivo riconosciuto sui primi 14 ettari con esclusione delle imprese grandi più di 50 ettari e sotto 0,5 ettari. «Questa Pac – conclude Montresor – è un'ardua sfida ambientale che consente di costruire un "vestito su misura" per ogni agricoltore che potrà scegliere il livello di impegno ambientale che vorrà assumersi».

Véronique Angeletti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I FINANZIAMENTI SONO DISTRIBUITI SU CINQUE ECO SCHEMI

La strategia in cifre

- 35 miliardi di euro — Pac 2023-2027
- 26,6 mld — da bilancio Ue
- 8,5 mld — il contributo nazionale
- 167,19€/ha — il ricalcolo del valore del titolo entro il 2027
- 83,5€/ha — il sostegno al reddito per i giovani<40 anni

- 5 Ecoschemi — 880 Mln di €/anno
- Eco1 — Riduzione degli antibiotici; benessere (41,5%)
- Eco2 — Inerbimento delle colture arboree (17,8%)
- Eco3 — Salvaguardia olivi di particolare valore paesaggistico (17,2%)
- Eco4 — Sistemi foraggeri estensivi con avvicendamento (18,6%)
- Eco5 — Misure specifiche per gli impollinatori (5%)

«Ma non risolve le criticità del settore»

I dubbi del presidente di Confcooperative Torriani «Non segue il Green Deal»

LE REAZIONI

ANCONA Per il Presidente Confcooperative FedagriPesca Marche e Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani, le risorse che la Pac destina al bio «consentono di anticipare di tre anni l'obiettivo dell'Ue di raggiungere il 25% delle superficie biologiche e alle aziende bio di beneficiare degli 5 Eco-schemi» ma pecca nell'indirizzo politico. «Non risolve – osserva – criticità come la frammentazione aziendale e la debolezza della fase agricola nei rapporti di forza lungo la filiera agroalimentare». Fa notare che la Pac non assecondia il Green Deal che presuppone una politica più legata alle filiere produttive e meno ai fascicoli aziendali e non spinge ad integrare la sostenibilità ambientale con quella economica. Le risorse per le aziende che adotteranno standard produttivi sostenibili andrebbero "vincolate" con la creazione di filiere agroalimentari con prodotti finiti in grado di trasformare il valore ambientale in valore aggiunto. Per la Presidente Coldiretti, Maria Letizia Gardoni «pur essendo stata redatta prima delle crisi Covid e guerra, e quindi non del tutto in linea con le attuali esigenze del settore, la Pac è importante nei bilanci delle aziende agricole e con le sue novità punta ad un equilibrio tra produttività e sostenibilità ambientale, ennesima dimostrazione del prezioso contributo che gli agricoltori svolgono».

Vé. An.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Piemme
Concessionaria di pubblicità esclusiva per il Corriere Adriatico

legalmente

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/01/2023

Corriere Adriatico

Pagina 7

EAV: € 916
Lettori: 41.682

Argomento: Consorzio

«Ma non risolve le criticità del settore»

I dubbi del presidente di Confcooperative Torriani «Non segue il Green Deal»

LE REAZIONI ANCONA Per il Presidente Confcooperative FedagriPesca Marche e Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani, le risorse che la Pac destina al bio «consentono di anticipare di tre anni l' obiettivo dell' Ue di raggiungere il 25 % delle superficie biologiche e alle aziende bio di beneficiare degli 5 Ecoschemi» ma pecca nell' indirizzo politico.

«Non risolve - osserva - criticità come la frammentazione aziendale e la debolezza della fase agricola nei rapporti di forza lungo la filiera agroalimentare».

Fa notare che la Pac non asseconda il Green Deal che presuppone una politica più legata alle filiere produttive e meno ai fascicoli aziendali e non spinge ad integrare la sostenibilità ambientale con quella economica.

Le risorse per le aziende che adotteranno standard produttivi sostenibili andrebbero vincolate con la creazione di filiere agroalimentari con prodotti finiti in grado di trasformare il valore ambientale in valore aggiunto.

Per la Presidente Coldiretti, Maria Letizia Gardoni «pur essendo stata redatta prima delle crisi Covid e guerra, e quindi non del tutto in linea con le attuali esigenze del settore, la Pac è importante nei bilanci delle aziende agricole e con le sue novità punta ad un equilibrio tra produttività e sostenibilità ambientale, ennesima dimostrazione del prezioso contributo che gli agricoltori svolgono».

Vé.

An.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/06/2023

Corriere Adriatico

Pagina 43

EAV: € 673
Lettori: 41.682

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/25148.main.png

GIORNO&NOTTE

Luciano Pusineri

Fano
ROCCA MALATESTIANA

La storia di Luciano Pusineri pittore e attore della tradizione

•Domani, sabato 1 Luglio 2023 alle 21.15, nell'ambito di Cornici d'Amore: Concerti e Racconti sarà presentato in prima nazionale alla Rocca Malatestiana di Fano, l'evento spettacolo/mostra "La soffitta di Luciano. Storia di un pittore attore fanese: Luciano Pusineri" a cura di Enzo Vecchiarelli, chitarra, canto e narrazione con Susanna Pusineri, canto e narrazione, Claudio Tombini, canto e narrazione, Massimiliano Poderi, violino. A seguire ci sarà l'inaugurazione della mostra a cura di Barbara Pusineri e Cinzia Antinori, mostra che resterà aperta fino al 20 luglio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ancona
GALLERIA PUCCINI

"Roma 70" un omaggio all'avanguardia storica

•Merita una visita la mostra "Roma 70", a cura di Paolo Benvenuti, che si chiude domani alla Galleria d'arte Puccini di Ancona (Via Matteotti 31/A). L'ha organizzata l'Arma, in collaborazione con l'Associazione Culturale Marcantoni di Pedaso, per rendere omaggio a quella indimenticabile temperie artistica, definibile come "avanguardia storica". Sono esposte rare opere di grafica di autori quali Renzo Vespignani, Piero Dorazio, Guido Strazza, Cy Twombly, Jannis Kounellis e Achille Perilli. Figurano sulle pareti della galleria, in ordine volutamente non gerarchico, disegni, incisioni e collage anche di Giuseppe Guerreschi, Vettor Pisani, Arnoldo Ciarrocchi, Emilio Greco, Pericle Fazzini e Giulio Turcato. Scrive la critica Federica Lazzarini: "Una situazione, quella delle gallerie d'arte romane di quegli anni, che restituisce tutta la complessità, il coraggio espositivo e l'apertura del momento storico alle istanze artistiche americane, francesi, italiane".

L. nicc.

Grottamare
PIAZZA KURSAAL

La rievocazione storica dello sbarco

Sbarco di Papa Alessandro La storica rievocazione

•Appuntamento a domani, alle ore 21.30 in Piazza Kursaal, a Grottamare. In scena, la rievocazione storica dell'approdo fortuito di Papa Alessandro III (1175), nel porto della città, a causa di una tempesta che investì la sua flotta, a largo della costa picena. Con la ricorrenza, i grottammaresi festeggiano la Sacra, l'appendice annuale che lega nel tempo - anche fino a 11 anni - una Sacra all'altra. L'organizzazione è affidata all'associazione Presepe Vivente, con le coreografie delle danzatrici dell'Utes e degli sbandieratori del GAMS di Servigliano. Elementi che si uniranno ai figuranti in abiti storici medievali per raccontare al pubblico una storia tra cronaca e leggenda. In caso di maltempo l'evento è rinviato a domenica 2 luglio.

Urbisaglia
ANFITEATRO ROMANO

L'arte celtica risuona tra le rovine del passato

L'European Celtic Contest

•Ultimo dei tre appuntamenti firmati Montelago Celtic Festival. In attesa della 20esima edizione dei uno dei maggiori festival europei, andrà in scena, domani alle ore 21, l'European Celtic Contest, presso l'Anfiteatro Romano di Urbisaglia. Format noto nel 2015, l'ECC seleziona nuove proposte del panorama folk europeo. L'evento è di La Catasta, in collaborazione con la Regione Marche e altri tre comuni del maceratese. L'ingresso è gratuito e, all'interno ci saranno postazioni food, birra e idromele.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Isola del Piano
MONASTERO DI MONTEBELLO

Grani, paste e falsi miti Confronto tra esperti

•Cos'è che rende la pasta un prodotto buono e sano? Per raccontare aspetti produttivi e nutrizionali, e sfatare anche qualche falsa credenza, il Consorzio Marche Biologiche organizza per domani sabato 1 luglio alle 16.30, al Monastero di Montebello di Isola del Piano l'incontro "Grani e paste: origine, processi e proprietà. Tra falsi miti e reali benefici, per una spesa consapevole". Introdurranno l'incontro Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche, e Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello Cooperativa Agrobiologica. Daniela Bellini, responsabile qualità della Cooperativa Girolomoni, racconterà l'esperienza di un ecosistema dove da oltre 50 anni si intrecciano i saperi di agricoltori, pastai e mugnai, mentre l'Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere si concentrerà sulle necessità metaboliche e nutritive dell'organismo e sul ruolo degli alimenti che contengono carboidrati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/06/2023

Corriere Adriatico

Pagina 43

EAV: € 673
Lettori: 41.682

Argomento: Consorzio

Grani, paste e falsi miti Confronto tra esperti

Cos'è che rende la pasta un prodotto buono e sano?

Per raccontare aspetti produttivi e nutrizionali, e sfatare anche qualche falsa credenza, il Consorzio Marche Biologiche organizza per domani sabato 1 luglio alle 16.30, al Monastero di Montebello di Isola del Piano l'incontro "Grani e paste: origine, processi e proprietà.

Tra falsi miti e reali benefici, per una spesa consapevole".

Introdurranno l'incontro Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche, e Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello Cooperativa Agrobiologica.

Daniela Bellini, responsabile qualità della Cooperativa Girolomoni, racconterà l'esperienza di un ecosistema dove da oltre 50 anni si intrecciano i saperi di agricoltori, pastai e mugnai, mentre l'Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere si concentrerà sulle necessità metaboliche e nutritive dell'organismo e sul ruolo degli alimenti che contengono carboidrati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/34945.main.png

Valcesano

Dalle 18 Festa di San Martino a Serra Sant'Abbondio: enogastronomia e musica itinerante

Corriere Adriatico · email: fano@corriereadriatico.it · fax: 0721 67984
Sabato 11 novembre 2023 · www.corriereadriatico.it · telefono: 0721 31633

«Biologico, marchio di qualità» Tre incontri con i distributori

Iniziative del Consorzio a Montebello per fare conoscere le produzioni agricole

LA PROMOZIONE

ISOLA DEL PIANO Un italiano su due non riconosce il logo ufficiale dei cibi bio. Quello con la fogliolina verde è un simbolo inflazionato fra le corsie di mercati e supermercati: per il consumatore medio diventa sempre più difficile destreggiarsi fra un prodotto biologico e uno sostenibile e ecologico.

I momenti informativi

Il Consorzio Marche Biologiche per andare incontro alle esigenze delle famiglie, incontra a Isola del Piano commercianti e gruppi di distribuzione per incrementare la conoscenza e i valori dei prodotti di qualità a marchio bio. A novembre, a partire da oggi, tre momenti informativi. «Da un'indagine condotta da Swg, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto bio è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando incontri sul territorio con commercianti e gruppi di distribuzione – spiega Francesco Torriani, presidente del Consorzio – perché solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio». A Montebello di Isola del Piano, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni cooperativa agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore e ai negozianti si terranno il 20 e 26 novembre. Oggi invece la giornata è dedicata ai gruppi di acquisto solidale e associazioni locali. Per entrambe le occasioni in programma visita agli stabilimenti, degustazione di pasta guidata dall'enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste.

Il presidente Francesco Torriani

Si inizia con i gruppi di acquisto solidale Sondaggio rileva la poca conoscenza del settore

La certificazione

«Gli incontri hanno l'obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali e in particolare della pasta prodotta nell'ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire strumenti per distinguere un prodotto biologico. È fondamentale rimarcare l'importanza della certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, i secondi per poter avere garanzie. In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l'agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni».

Marco Spadola

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il riconoscimento

Pergola riceve la Bandiera Verde

Pergola è uno dei tre Comuni che ha ricevuto a Roma la Bandiera Verde agricoltura della Cia. Premia chi si distingue nelle politiche di tutela dell'ambiente e del paesaggio anche a fini turistici, nell'uso razionale del suolo, nella valorizzazione dei prodotti tipici. «Orgogliosi di ricevere il premio – spiega la sindaca Simona Guidarelli – che rende onore al lavoro prezioso degli agricoltori. A loro, alla Cia, a tutti coloro che con noi si impegnano nella promozione della produzioni agricola, alla scuola che ha lavorato al progetto dell'orto biologico, con l'agricoltore Paolo Ciarimbali, un grande ringraziamento. Per il premio organizzeremo un momento di festa in occasione della Cioccovisciola».

Cioccolatini per finanziare la ricerca contro il cancro

Malarupta e Pro loco attive oggi a Marotta e Mondolfo

LA CAMPAGNA

MONDOLFO Sempre in prima linea l'associazionismo locale quando si tratta di agire per la solidarietà. Lo sanno bene la Pro Loco Tre Colli e Malarupta che oggi promuovono l'iniziativa "I cioccolatini della ricerca di Fondazione Airc" per la cura del cancro. Mondolfo e Marotta, così, fra le centinaia di piazze italiane dove i volontari, a fronte di una donazione di 15 euro, consegneranno una confezione regalo contenente cioccolatini fondenti misti, insieme a una guida con le ultime novità per la prevenzione e la cura del cancro. Dalle 9 a Mondolfo presso il Complesso di Sant'Agostino e all'ingresso del supermercato Famila e a Marotta presso i centri commerciali di via Ferrari e via Mosise: una perfetta idea regalo da fare e da farsi, per un dono che vale due volte e che farà felice chi lo riceverà, ma che sarà anche da supporto per la Fondazione Airc per continuare con i suoi ricercatori tanti progetti volti a sviluppare nuovi metodi per diagnosi sempre più precoci e terapie personalizzate.

al. her.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Federcaccia, in beneficenza i fondi ricavati dalla lotteria

LA DONAZIONE

PERGOLA Continua a distinguersi per sensibilità e generosità la sezione pergolese della Federcaccia. Anche quest'anno ha donato il totale ricavato, 1.202 euro, della lotteria organizzata in occasione della Fiera del tartufo in beneficenza. Ai servizi sociali del Comune, al centro socio educativo Margherita e all'Aspecr la Federcaccia ha versato un assegno di 434 euro. Il presidente Franco Gaggio e altri soci hanno incontrato la sindaca Simona Guidarelli, l'assessora Sabrina Sartrelli, la presidente della cooperativa La Macina Annarella Merelli e Renata Rola dell'Aspecr. «Per noi è sempre una grande soddisfazione aiutare chi più ha bisogno», ha sottolineato Gaggio. Da parte di tutti un grande ringraziamento alla Federcaccia: «Queste iniziative dimostrano l'unione e la sensibilità della comunità pergolese», ha concluso la sindaca.

ma. spa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riapre la chiesa di Montalfoglio

Alle 18 la messa presieduta dal vescovo emerito Trasarti Poi l'incontro conviviale

LA FESTA

SAN LORENZO IN CAMPO Riapre oggi pomeriggio, dopo gli importanti lavori di ristrutturazione effettuati, la chiesa di San Martino Vescovo nel meraviglioso borgo di Montalfoglio. Per l'occasione, attesa da tempo da tutta la comunità, alle 18 la santa messa sarà presieduta dal vescovo emerito Armando Trasarti, insieme al parroco don Luca Santini. La chiesa di San Martino è situata nella piazzetta di Montalfoglio e ha una struttura rettangolare composta da pietra e laterizi. L'interno è a navata unica e la pianta rettangolare. Ha subito alcuni interventi di restauro, volti innanzitutto a rimuovere problemi di umidità, è stata ritinteggiata internamente e si è provveduto alla sistemazione della sacrestia grazie all'8 per 1000 della Cei. I lavori sono stati portati avanti dalla giunta Delfonti per un totale di oltre 400mila euro. Al termine della celebrazione, un momento conviviale, quindi la Festa di San Martino, patrono del paese. A cura della locale Locanda assaggio gastronomico, vin brulé, novello e musica.

La chiesa ristrutturata

ma. spa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«Biologico, marchio di qualità» Tre incontri con i distributori

Iniziative del Consorzio a Montebello per fare conoscere le produzioni agricole

LA PROMOZIONE ISOLA DEL PIANO Un italiano su due non riconosce il logo ufficiale dei cibi bio.

Quello con la fogliolina verde è un simbolo inflazionato fra le corsie di mercati e supermercati: per il consumatore medio diventa sempre più difficile destreggiarsi fra un prodotto biologico e uno sostenibile o ecologico.

I momenti informativi Il Consorzio Marche Biologiche per andare incontro alle esigenze delle famiglie, incontra a Isola del Piano commercianti e gruppi di distribuzione per incrementare la conoscenza e i valori dei prodotti di qualità a marchio bio.

A novembre, a partire da oggi, tre momenti informativi.

«Da un'indagine condotta da Swg, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto bio è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando incontri sul territorio con commercianti e gruppi di distribuzione spiega Francesco Torriani, presidente del Consorzio perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio».

A Montebello di Isola del Piano, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni cooperativa agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore e ai negozianti si terranno il 20 e 26 novembre.

Oggi invece la giornata è dedicata ai gruppi di acquisto solidale e associazioni locali.

Per entrambe le occasioni in programma visita agli stabilimenti, degustazione di pasta guidata dall'enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste.

La certificazione «Gli incontri hanno l'obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali e in particolare della pasta prodotta nell'ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire strumenti per distinguere un prodotto biologico.

É fondamentale rimarcare l'importanza

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

della certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, i secondi per poter avere garanzie.

In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l'agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni».

Marco Spadola © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

il Resto del Carlino

Pagina 35

EAV: € 1.167
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/15110.main.png

I FRONTI DELL'ECONOMIA

Pesaro

Salviamo la Casciotta d'Urbino «No ai formaggi e ai cibi sintetici»

Ieri al Vinitaly forum con il Consorzio di tutela. Paolo Cesaretti: «Una tradizione da difendere»
Mirco Carloni (Commissione agricoltura): «I nuovi prodotti sono una menzogna e si uccidono animali»

«No al formaggio sintetico, sì a quello tradizionale e garantito». Parte dalla provincia di Pesaro Urbino la crociata contro i prodotti «innovativi» dell'alimentazione e a difesa di quelli della tradizione garantiti anche dalla Dop. A fornire carico è il consorzio della Casciotta d'Urbino Dop che a pochi giorni da A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, ha organizzato un incontro sul tema al Vinitaly di Verona, dal titolo «La Bellezza è nel Gusto».

«Il cibo sintetico – ha detto Mirco Carloni, presidente della XII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati – oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali. E non è nemmeno più sostenibile. Il governo ha fatto bene a imporre il divieto, con il provvedimento approvato in Consiglio dei ministri, di vendere, importare, produrre e distribuire questo alimento. È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a ingannare il consumatore».

L'evento di ieri al Vinitaly di Verona con il consorzio Casciotta d'Urbino Dop

Paolo Cesaretti, coordinatore del Consorzio tutela, ha quindi ricordato i valori della Casciotta, formaggio di origini rinascimentali: «Una Casciotta d'Urbino Dop è molto più di un semplice alimento. Può suscitare emozioni, stupore, scoperta, raramente delusione. Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo». Per Tommaso Di Sante, presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, «Il cibo è un bene prezioso e di tutti ed è legato alla storia e alla cultura di un paese. Sicuri che danneggerebbe l'economia e l'immagine del made in Italy nel mondo, con il rischio di monopolio da parte di alcune grandi industrie del settore, il cibo sintetico metterebbe a rischio anche la salute dell'uomo, dato che non conosciamo con certezza gli effetti a lungo termine». Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, ha suscitato anche un altro allarme: «Bene prendere posizione contro la produzione delle carni sintetiche, contrario a un modello produttivo che è molto lontano dalla nostra cultura». E' intervenuta anche Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop: «L'Oliva Ascolana del Piceno Dop non ha nulla a che vedere con il cibo sintetico. E' un prodotto principe di un piatto della tradizione e mai potrà essere modificata introducendo nella ricetta fake - food».

Davide Eusebi

DI SANTE (COLDIRETTI)

«Non si conoscono gli effetti sulla salute». Torriani (Bio): «Allevamenti in pericolo»

Via alle domande

Street food a Fiorenzuola: bando aperto

Ancora qualche giorno di tempo per partecipare all'avviso pubblico per l'assegnazione stagionale di un'area, per il biennio 2023-2024, a Fiorenzuola di Focara per somministrare alimenti e bevande su mezzo mobile attrezzato. Gli interessati possono presentare domanda entro le ore 13 del 19 aprile al Comune di Pesaro a mezzo Pec (comune.pesaro@emarche.it). È quanto previsto dal bando del Comune, emesso per «arricchire la proposta di servizi dello splendido borgo di Fiorenzuola di Focara, che da poco ha ottenuto il riconoscimento di "borgo ospite" da "I Borghi più belli d'Italia" e dare un'ulteriore risposta ai tanti visitatori che d'estate arrivano in questo luogo straordinario attirati dalla spiaggia, uno dei simboli del territorio e di Pesaro2024 e della natura del Parco San Bartolo», sottolinea Francesca Frenquellucci, assessora con delega alle Attività economiche.

Il bando è rivolto agli operatori commerciali in possesso di "autorizzazione itinerante", muniti di mezzo idoneo allo street-food. Il vincitore del bando potrà svolgere le sue attività per un periodo massimo di 120 giorni in piazza Dante Alighieri.

Economia circolare e materiali-eco. Collaborazioni con il gruppo Biesse e con il colosso dell'arredo Ikea

«Manifaktura», la startup che guarda al futuro del mobile ha inaugurato la nuova sede

Facilitatore ed anche un settore di informazioni per le aziende, soprattutto quelle legate al mobile arredo. Questa è la funzione di una startup che si chiama «Manifaktura» ed ha la sua nuova sede – ieri l'inaugurazione – in strada Campanara. A guidarla Francesco Balducci che è anche docente di materiali ed economia circolare all'università di Camerino, e Alessandra Cecchini, benché abbia tre anni di vita vanta collaborazioni con il gruppo Biesse, quindi con il colosso Ikea ed ha anche lavorato per un consegno in Brasile con Confindustria per far vedere il punto di innovazione delle aziende italiane. Lavora anche Manifaktura con Cetas che è il laboratorio di prova e ricerca applicata a livello europeo per il settore del legno-arredo. Ed era presente il direttore Franco Bulian, mentre per la Biesse era al tavolo il responsabile per l'innovazione Paolo Tarchioni.

Tra le curiosità di un futuro prossimo venturo arrivare anche alla realizzazione di un lettore dei pannelli in legno, un po' quello che accade nei cibi al supermercato per capire da dove vengono e come sono composti, aiutando quindi i processi lavorativi. Lavoro, questa che viene sviluppato in collaborazione con la Biesse, che passa anche attraverso anche l'uso delle colle «perché il processo dell'economia circolare è quello di arrivare all'uso di materiali a base bio», dice Balducci.

Francesco Balducci e Alessandra Cecchini hanno fondato tre anni fa la società «Manifaktura» che opera nell'ambito del mobile-arredo

Un campo quello sostenibilità e l'innovazione che andrà un po' a toccare tutti i settori produttivi «perché con le nuove normative europee si analizzeranno i metalli che vengono importati stabilendo anche le emissioni di Co2 che si sono emesse per la produzione», continua il fondatore di Manifaktura.

La base operativa di questa startup è quella legata al settore del mobile «anche perché abbiamo un centinaio di aziende come nostri clienti e stiamo lavorando in questo momento per una fabbrica del nostro entroterra che usa tecnologie molto particolari per la curvatura del legno al fine di arrivare a mobili pensati per le carceri italiane e quindi devono avere particolari caratteristiche».

Per l'inaugurazione della nuova sede di Manifaktura si è anche collegato il rettore dell'università di Camerino Claudio Pettinari, un chimico, che ha spinto molto l'ateneo dei maceratese sullo studio e sulla ricerca di materiali innovativi. E l'università di Camerino collabora con queste startup nata in città e che guarda ai processi produttivi futuri con una particolare attenzione proprio all'uso dei materiali, all'ecosostenibilità.

Una facilitatore, Manifaktura, per arrivare anche alle certificazioni, indispensabili per le esportazioni soprattutto dentro i mercati occidentali sempre più attenti a queste problematiche. Ed Ikea, ma non solo Ikea, stanno camminando proprio verso queste direzione.

ATENEO

Presente all'inaugurazione anche il rettore dell'università di Camerino

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

il Resto del Carlino

Pagina 35

EAV: € 1.167
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Salviamo la Casciotta d'Urbino «No ai formaggi e ai cibi sintetici»

Ieri al Vinitaly forum con il Consorzio di tutela. Paolo Cesaretti: «Una tradizione da difendere» Mirco Carloni (Commissione agricoltura): «I nuovi prodotti sono una menzogna e si uccidono animali»

«No al formaggio sintetico, sì a quello tradizionale e garantito».

Parte dalla provincia di Pesaro Urbino la crociata contro i prodotti «innovativi» dell'alimentazione e a difesa di quelli della tradizione garantiti anche dalla Dop.

A farsene carico è il consorzio della Casciotta d'Urbino Dop che a pochi giorni da A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, ha organizzato un incontro sul tema al Vinitaly di Verona, dal titolo «La Bellezza è nel Gusto».

«Il cibo sintetico - ha detto Mirco Carloni, presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati - oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna.

Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali.

E non è nemmeno più sostenibile.

Il governo ha fatto bene a imporre il divieto, con il provvedimento approvato in Consiglio dei ministri, di vendere, importare, produrre e distribuire questo alimento.

È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a ingannare il consumatore».

Paolo Cesaretti, coordinatore del Consorzio tutela, ha quindi ricordato i valori della Casciotta, formaggio di origini rinascimentali: «Una Casciotta d'Urbino Dop è molto più di un semplice alimento.

Può suscitare emozioni, stupore, scoperta, raramente delusione.

Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo».

Per Tommaso Di Sante, presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, «il cibo è un bene prezioso e di tutti ed è legato alla storia e alla cultura di un paese.

Sicuri che danneggerebbe l'economia e l'immagine del made in Italy nel mondo, con il rischio di monopolio da parte di alcune grandi industrie del settore, il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

cibo sintetico metterebbe a rischio anche la salute dell'uomo, dato che non conosciamo con certezza gli effetti a lungo termine».

Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, ha suscitato anche un altro allarme: «Bene prendere posizione contro la produzione delle carni sintetiche, contraria a un modello produttivo che è molto lontano dalla nostra cultura».

E' intervenuta anche Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop: «L'Oliva Ascolana del Piceno Dop non ha nulla a che vedere con il cibo sintetico.

E' un prodotto principe di un piatto della tradizione e mai potrà essere modificata introducendo nella ricetta fake - food».

Davide Eusebi.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/14465.main.png

SPECIALE VINITALY
Marche

Lacrima di Morro d'Alba
Rosso profumato dalla storia antica Anche passito

Il nome deriva dall'acino che, una volta maturo, si può 'spaccare'
Pare che lo abbia apprezzato anche Federico Barbarossa

I vigneti nel comune di Morro d'Alba (Ancona)

Colore intenso e note inconfondibili al naso, di fragola e viola. La Lacrima di Morro d'Alba è un vino rosso con un'identità precisa, suadente e che a volte può anche dividere gli appassionati. Vitigno di storia antichissima – pare che l'abbia apprezzato anche Federico Barbarossa – è fortemente legato ai sette comuni che compongono la doc, vale a dire Morro d'Alba, Monte S. Vito, S. Marcello, Belvedere Ostrense, Ostra e Senigallia (esclusi i fondi valle e i versanti delle colline del comune di Senigallia prospicienti il mare).
Il vitigno è coltivato su 300 ettari di territorio, ed è davvero particolare. Il suo nome 'Lacrima' si riferisce al fatto che quando l'acino è maturo si spacca, rilasciando appunto una goccia e anche per questo ne va particolarmente controllata la maturazione.
«È un vino ricco di antociani – spiega Alberto Mazzoni, direttore dell'Imi –, sostanze che dà colore al vino. E a causa di questa sua struttura così forte in passato era tagliato col Verdicchio, cosa che ora non si fa più da tempo. Oggi riusciamo ad avere un prodotto con un profumo molto floreale di fragola di viola, di cui alcune persone si innamorano e la sua specificità. La compagine di produttori – continua – è molto forte, unita e coesa. E presto inizieremo anche una campagna promozionale legata alla valorizzazione di questo vitigno a bacca rossa che dopo il Rosso piceno e il Conero è la terza denominazione per quantità e valore. Come tutte le denominazioni ho però la necessità che sia allineata con l'evoluzione del consumatore in modo che questo valore aggiunto possa essere incrementato».
Le Lacrime di Morro d'Alba è prodotta in versione base, in versione superiore – che prevede un affinamento di almeno 12 mesi in bottiglia – e passito.

DOC
Il vino è prodotto in versione base e superiore con almeno 12 mesi di affinamento, oltre al passito

L'INCONTRO

Il Distretto 'Food Brand Marche'

Appuntamento dedicato al Distretto Food Brand Marche martedì 4 aprile dalle 15.30 alle 16.30 (Pad. C - Saletta Regione Marche-Amap). Il titolo dell'incontro è 'Il distretto Food Brand Marche: certificazioni e sostenibilità per un futuro migliore'. All'inizio i saluti di Antonio Centocanti, Presidente Distretto del cibo Food Brand Marche. Poi Marco Rotoni, presidente Agenzia per l'innovazione nel settore Agroalimentare e della pesca 'Marche Agricoltura e Pesca' (AMAP Marche) su 'La nuova strategia di Amap Marche; il professor Fabio Musso dell'Università di Urbino interverrà su 'Analisi delle filiere agroalimentari delle Marche: carne e pasta'; Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche su 'L'importanza del biologico nelle Marche'; Giuseppe Liberatore, direttore Generale Valoritalia su 'Qualità e sostenibilità certificate come valore aggiunto', infine Mirco Carloni, presidente della e Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati su 'Le politiche nazionali a sostegno dei distretti' Modera Gianbattista Marchetto, giornalista di VinoNews24.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

L'INCONTRO

Il Distretto 'Food Brand Marche'

Appuntamento dedicato al Distretto Food Brand Marche martedì 4 aprile dalle 15.30 alle 16.30 (Pad.
C - Saletta Regione Marche-Amap).
Il titolo dell'incontro è 'Il distretto Food Brand Marche: certificazioni e sostenibilità per un futuro migliore'.
All'inizio i saluti di Antonio Centocanti, Presidente Distretto del cibo Food Brand Marche.
Poi Marco Rotoni, presidente Agenzia per l'innovazione nel settore Agroalimentare e della pesca 'Marche Agricoltura e Pesca' (AMAP Marche) su 'La nuova strategia di Amap Marche; il professor Fabio Musso dell'Università di Urbino interverrà su 'Analisi delle filiere agroalimentari delle Marche: carne e pasta'; Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche su 'L'importanza del biologico nelle Marche'; Giuseppe Liberatore, direttore fenerale Valoritalia su 'Qualità e sostenibilità certificate come valore aggiunto', infine Mirco Carloni, presidente della e Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati su 'Le politiche nazionali a sostegno dei distretti' Modera Gianbattista Marchetto, giornalista di VinoNews24.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/03/2023

il Resto del Carlino

Pagina 23

EAV: € 1.026
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/13442.main.png

Tecnologie digitali nella filiera bio «La cerealicoltura diventa smart»

Via al progetto «Si-riparte» per venti aziende. «Valorizziamo la qualità delle nostre produzioni»

MONTEFELCINO (Pesaro-Urbino)

Si chiama «Si-riparte» il progetto che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all'impiego di tecnologie digitali. È stato presentato a Montefelcino, nel Pesarese, e sarà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme alla Politecnica delle Marche (partner scientifico), ad Apra-Vargroup company (partner tecnologico) e al Consorzio Marche Biologiche, che divulgherà obiettivi e risultati. «Il progetto investe su tecnologie semplici, che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per diverse attività, dal monitoraggio dei campi fino alla tracciabilità - ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche -. I dati raccolti saranno utili a tutta la filiera e potranno alimentare un sistema di supporto alle decisioni». Nell'ambito del progetto sarà dunque sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese, che sarà impiegato in venti aziende con l'obiettivo di estenderne l'applicazione a un bacino più ampio. «Questi interventi hanno l'ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni - ha spiegato Pierfrancesco Tattori, presidente della cooperativa Montebello -. È fondamentale garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica».

Nei campi saranno utilizzati anche i droni

Il convegno è stato anche un'occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l'assessore regionale all'agricoltura, Andrea Maria Antonini, ha posto l'accento sui vantaggi portati dalle tecnologie, che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività delle imprese e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della commissione agricoltura della Camera. Intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge «Gioventù agricola», che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NOTIZIE IN BREVE

L'allarme di Slow Food

«Il mosciolo selvatico di Portonovo a rischio»

Ancora difficoltà per il mosciolo selvatico di Portonovo, la tipica cozza dell'area del Conero, che è presidio Slow food fin dal 2004. A segnalarlo è la condotta Slow Food Ancona e Conero, ricordando che in base al disciplinare del riconoscimento del presidio, occorre «impedire che si vada a un significativo aumento della produzione, pena la scomparsa in breve tempo dei mosciolli».

Coordinatore regionale

David Visani alla guida della Filctem Cgil

David Visani (**nella foto**) è il nuovo coordinatore regionale della Filctem Cgil, la categoria che segue chimici, energia e petrolio, gas e acqua, ma anche gomma-plastica e il sistema moda (tessile, abbigliamento, calzature e pellettieria). Classe 1975, è nato ad Ancona e ha rivestito vari incarichi in Cgil. «I settori di cui ci occupiamo sono assi portanti del sistema regionale - dice -. Con l'inflazione e le perdite salariali subite dai lavoratori durante la pandemia, la priorità è di recuperare il potere di acquisto degli stipendi con la contrattazione nazionale e gli accordi di secondo livello».

COLESTEROLO? Prova: COLESTEROL ACT PLUS forte
INTEGRATORE ALIMENTARE

Colesterol Act Plus Forte® grazie alla sua formula con Monacolina K del riso rosso fermentato, Betasitosterolo, Octacosanolo e Caigua interviene nel metabolismo del colesterolo. Il Coleus favorisce la regolare pressione arteriosa e il Guggul favorisce il metabolismo dei lipidi.

2 MESI DI INTEGRAZIONE A SOLI 19,90 €
disponibile anche in confezioni da 30 compresse a 13,90 €

IN FARMACIA E PARAFARMACIA

OFFERTA VALIDA FINO AL 31/12/2023 - Leggere le avvertenze riportate sulla confezione. Gli integratori non sostituiscono una dieta variata, equilibrata ed un sano stile di vita.

Colesterol Act Plus Forte è distribuito da F&F srl - 031/525522 - mail: info@linea-act.it

www.linea-act.it

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/03/2023

il Resto del Carlino

Pagina 23

EAV: € 1.026
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Tecnologie digitali nella filiera bio «La cerealicoltura diventa smart»

Via al progetto «Si-riparte» per venti aziende. «Valorizziamo la qualità delle nostre produzioni»

MONTEFELCINO (Pesaro-Urbino) Si chiama «Si-riparte» il progetto che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all'impiego di tecnologie digitali.

È stato presentato a Montefelcino, nel Pesarese, e sarà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme alla Politecnica delle Marche (partner scientifico), ad Apra-Vargroup company (partner tecnologico) e al Consorzio Marche Biologiche, che divulgherà obiettivi e risultati.

«Il progetto investe su tecnologie semplici, che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per diverse attività, dal monitoraggio dei campi fino alla tracciabilità - ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche -.

I dati raccolti saranno utili a tutta la filiera e potranno alimentare un sistema di supporto alle decisioni».

Nell'ambito del progetto sarà dunque sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese, che sarà impiegato in venti aziende con l'obiettivo di estenderne l'applicazione a un bacino più ampio.

«Questi interventi hanno l'ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni - ha spiegato Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello -.

È fondamentale garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica».

Il convegno è stato anche un'occasione importante per parlare di programmazione politica.

In collegamento, l'assessore regionale all'agricoltura, Andrea Maria Antonini, ha posto l'accento sui vantaggi portati dalle tecnologie, che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività delle imprese e favorendo anche il passaggio generazionale.

Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della commissione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

agricoltura della Camera.

Intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge «Gioventù agricola», che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/02/2023

Corriere Adriatico

Pagina 10

EAV: € 445
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/7339.main.png

LE NOTIZIE di oggi

IL RINNOVO
ASCOLI

I permessi auto al parkTorricella

L'Arengo ricorda che è possibile effettuare il rinnovo dei permessi per transito e sosta in ZTL. Gli uffici della Sabai al parcheggio Torricella, sono aperti dal lunedì al sabato, dalle 8:30 alle 12. I nuovi permessi verranno consegnati dopo il pagamento, che potrà essere effettuato sia in contanti sia tramite Bancomat. I costi dei permessi sono rimasti invariati rispetto allo scorso anno. La validità dei vecchi pass è stata prorogata al 28 febbraio.

L'INIZIATIVA
ASCOLI

L'incontro a scuola con Avis e Admo

All'Isc Cantalamessa Borgo Solestà il tema delle donazioni

Gli alunni dell'Isc Borgo Solestà e Cantalamessa hanno aderito al progetto Erasmus "Freedom to learn 2030". Il progetto ha coinvolto le associazioni Avis e Admo. Grazie all'impegno dei docenti Sergio Frattari, Manuela Stipa e Antonella Salvo le associazioni locali hanno incontrato le classi terza, II Cecle quarta Rodari per sensibilizzarle sui temi sociali. I ragazzi hanno poi partecipato ad un contest, realizzando dei video utilizzando la tecnica "stop motion" incentrati sull'importanza della donazione del sangue e degli emoderivati, del gesto volontario per salvare la vita di chi ha bisogno di sangue e di midollo osseo. Nell'aula magna della Ceci, si è tenuta la proiezione dei video realizzati. Al termine della proiezione nell'area vicino alla scuola, denominata "Giardino delle Emozioni", si è svolta la piantumazione di due specie arboree donate nell'occasione dall'Avis e dall'Admo, allo scopo di rendere i ragazzi custodi della loro crescita. Il progetto Erasmus si concluderà nel prossimo maggio a Malta, dove i giovani ascoltati avranno modo di incontrare loro coetanei europei. Sarà un momento finale di una rete che coinvolge la scuola, l'associazionismo sociale e l'amministrazione comunale, allo scopo di costituire o promuovere il messaggio che evidenzia come il sangue rappresenti la speranza di vita.

B. Ile.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CONFERENZA
MONTALTO

Cantina Valdaso Focus agricolo con 100 imprese

Si è svolto alla cantina sociale Valdaso un incontro tecnico organizzato da Confagricoltura Ascoli Piceno-Fermo. L'incontro particolarmente sentito ha visto la partecipazione di oltre cento imprese agricole venute da tutta la vallata. Gli interventi previsti da parte di Angelo Frascarelli presidente di Ismea e di Tommaso Ciriaci di Confagricoltura Ascoli Piceno - Fermo hanno riguardato gli effetti che la nuova Pac avrà sull'agricoltura regionale e la certificazione residuo zero. All'incontro erano presenti l'assessore all'agricoltura Andrea Maria Antonini, il presidente di Confagricoltura Ascoli Piceno-Fermo Mauro Acciarri e Francesco Torriani presidente della Confcooperative Fedagripesca Marche.

IL CORSO
ASCOLI

Laboratorio teatrale con gli studenti dell'istituto Fermi

Proseguono le attività del progetto Accadepr 3.0 dell'associazione giovanile Delta Odv. Ha preso il via, nei giorni, il laboratorio teatrale diretto dai docenti Eugenia Brega e Paolo Clementi del Teatro delle Fogie che ha registrato l'iscrizione di oltre 20 giovani. Nelle prossime settimane prenderà il via il percorso di educazione alla cittadinanza attiva "Animali sociali" le cui attività sono curate dal partner Cose di questo Mondo. Si tratta di una serie di attività realizzate nelle classi terze dell'Istituto tecnico Fermi e coinvolgono circa cento studenti. Gli obiettivi sono quelli di promuovere la partecipazione attiva degli studenti nella vita della comunità di riferimento attraverso la sperimentare modalità di confronto democratico tra idee e proposte differenti per essere in grado di promuovere il bene comune. Attraverso giochi di ruolo, simulazione, riflessioni guidate, metodi partecipativi tipici dell'educazione sociale, i partecipanti sono stimolati a dare il loro contributo sentendosi protagonisti, coinvolti emotivamente, incoraggiati a lavorare in gruppo e a cooperare tra di loro.

LE DOMANDE
ASCOLI

Il servizio civile nelle Acli C'è tempo fino al 10 febbraio

C'è tempo fino alle 14 di venerdì per presentare la domanda di partecipazione al bando per svolgere il servizio civile universale come volontari. Ad Ascoli Piceno, presso la sede provinciale Acli, l'U.S. Acli collabora alla realizzazione di due progetti, "Mind the sport" (due volontari assegnati) e "Sport and go" (3 posti assegnati). I due progetti sono finalizzati a promuovere lo sport come valore aggregativo, sociale, educativo e formativo e valorizzare la pratica sportiva, in particolare dei giovani, in quanto strumento di crescita dal punto di vista psicologico e fisico.

Piemme
MEDIA PLATFORM
NECROLOGIE PARTECIPAZIONI
Servizio telefonico
Tutti i giorni compresi i festivi dalle 09,00 alle 19,30
Numero Verde
800.893.426
Fax 06 377 08 483
E-mail: necro.corrieradriatico@piemmeonline.it
Abilitati all'accettazione delle carte di credito

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/02/2023

Corriere Adriatico

Pagina 10

EAV: € 445
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

LA CONFERENZA - Cantina Valdaso Focus agricolo con 100 imprese

MONTALTO

Si è svolto alla cantina sociale Valdaso un incontro tecnico organizzato da Confagricoltura Ascoli Piceno-Fermo.
L'incontro particolarmente sentito ha visto la partecipazione di oltre cento imprese agricole venute da tutta la vallata.
Gli interventi previsti da parte di Angelo Frascarelli presidente di Ismea e di Tommaso Ciriaci di Confagricoltura Ascoli Piceno Fermo hanno riguardato gli effetti che la nuova Pac avrà sull'agricoltura regionale e la certificazione residuo zero.
All'incontro erano presenti l'assessore all'agricoltura Andrea Maria Antonini, il presidente di Confagricoltura Ascoli Piceno-Fermo Mauro Acciarri e Francesco Torriani presidente della Confcooperative Fedagripesca Marche.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/22197.main.png

Fano

Il sindaco Seri al Lido ieri ha accolto anche il presidente Acquaroli l'assessore Antonini e il deputato Carloni

Corriere Adriatico · email: fano@corriereadriatico.it · fax: 0721 67984
Lunedì 5 giugno 2023 · www.corriereadriatico.it · telefono: 0721 31633

Pesca, un altolà del ministro all'Ue «Tuteleremo la nostra marineria»

Lollobrigida al BrodettoFest stigmatizza l'ultimo provvedimento contro i pescherecci a strascico

Il ministro Lollobrigida prepara il brodetto con Carloni e i volontari

L'INCONTRO

FANO L'intervento del ministro dell'agricoltura e della pesca Francesco Lollobrigida ieri al BrodettoFest ha dimostrato l'importanza assunta dalla manifestazione fanese, recentemente promossa personalmente dallo stesso rappresentante del governo al Sea Food di Barcellona, e in più ha fornito l'occasione ai pescatori fanesi di apprendere gli ultimi indirizzi governativi in tema di pesca, un'attività che sempre più si confronta con provvedimenti di carattere limitativo provenienti dall'Europa.

Carloni: «Follia ideologica»

E' stata qui di l'Unione Europea il soggetto che maggiormente è stato tirato in ballo tanto dal ministro, quanto dal deputato Mirco Carloni presenti all'incontro insieme al presidente della Regione Marche Francesco Acquaroli e all'assessore regionale alle attività produttive Andrea Antonini. Carloni, addirittura, nel preannunciare la riunione in tema della commissione agricoltura della Camera dei deputati, di cui è presidente, ha parlato di "follia ideologica". L'intento, infatti, è quello di limitare l'attività di pesca in Adriatico e nel Mediterraneo al punto di estinguerla per consunzione, a tutto vantaggio di chi, essendo fuori dell'Unione Europea tali provvedimenti non è obbligato ad osservarli. Per il ministro Lollobrigida «l'Europa ha perso molto dei suoi valori fondamentali, quelli che hanno animato i padri fondatori con la difesa della identità, delle tradizioni e della cultura. L'Unione dovrebbe tornare a fare quello per cui è nata: difendere i propri imprenditori e il proprio modello di produzione. Questo in realtà non è avvenuto e abbiamo assistito quanto sia stata presa di mira la pesca delle vongole, particolarmente praticata nelle nostre coste a vantaggio delle marinerie del Nord. E questo ora si sta ripetendo con l'intento di abolire la pesca a strascico. La flotta marchigiana è già stata penalizzata con una grande riduzione del suo sforzo di pesca e ora non possiamo permettere che nuovi provvedimenti punitivi la ostacolino del tutto».

Acquaroli difende la tradizione

Per il presidente Acquaroli «la pesca rappresenta una tradizione che dovremmo rivendicare piuttosto che nascondere. Il territorio che tende a nascondere la propria tradizione è un territorio che in qualche modo rinnega se stesso». Il ministro Lollobrigida, accolto dal sindaco, dall'assessore Lucarelli e dal presidente provinciale di Confesercenti Fiorelli, è stato applaudito dalla marineria locale e regionale. Il ministro ha poi pranzato con i pescatori fanesi nello spazio della loro grande cucina. Poi il festival si è concluso con il cooking show dello chef Giorgione e con il talk show del direttore d'orchestra Peppe Vessicchio.

Massimo Foghetti

CONTINUA A PAG. XXXVI

Il compleanno

Da sinistra il governatore Acquaroli il deputato Carloni il ministro Lollobrigida il presidente della Tre Valli Cimarelli

TreValli, 60 anni di crescita

È il terzo gruppo caseario italiano. Le richieste del presidente Cimarelli al governo

IL CONFRONTO

FANO È iniziata con la partecipazione all'incontro al Tar hotel organizzato dalla TreValli cooperlat ieri la visita a Fano del ministro della agricoltura Francesco Lollobrigida, che ha voluto essere presente alle celebrazioni per il compimento di 60 anni di attività di una ditta marchigiana che, fondata a Macerata, è diventata il terzo gruppo lattiero caseario d'Italia aggregando molti piccoli caseifici sociali e numerosi allevatori sparsi nelle Marche (presente anche a Colli al Metauro), acquisendo poi nuove realtà su scala nazionale, moltiplicando gli investimenti e coniugando innovazione e tradizione, come ha riconosciuto anche Francesco Torriani presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche. Oggi opera in 6 regioni italiane e segna un fatturato di circa 345 milioni di euro, di cui il 24 per cento all'estero. Il ministro Lollobrigida è stato accolto dal presidente della società Piero Cimarelli che ha relazionato sull'attività dell'azienda e ha evidenziato le necessità del settore. Soprattutto l'esigenza di difendere i nostri prodotti e di distinguerli rispetto ai consumatori dalla concorrenza portata da altri Paesi. Con lui sono intervenuti anche il presidente della commissione agricoltura della Camera dei deputati Mirco Carloni e il presidente della giunta regionale Francesco Acquaroli. Il ministro si è congratulato con la TreValli per i risultati raggiunti, le ha riconosciuto il merito di aver puntato soprattutto la qualità dei suoi prodotti che ora si trovano anche in numerosi paesi esteri: Turchia, Corea del Sud, Francia, Grecia, Germania, Arabia Saudita, Svizzera, Egitto. «Noi – ha dichiarato Lollobrigida – siamo conosciuti nel mondo come il Paese della qualità, con grande riscontro in termini commerciali; dobbiamo però insistere perché i cittadini, i consumatori, siano messi in grado di effettuare le loro scelte attraverso una informazione corretta e questo è uno dei compiti che ci siamo assunti per difendere i nostri prodotti a livello europeo».

L'omaggio della TreValli al ministro Lollobrigida ieri a Fano

ma. fo.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/06/2023

Corriere Adriatico (ed. Pesaro)

Pagina 14

EAV: € 922
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Pesca, un altolà del ministro all'Ue «Tuteleremo la nostra marineria»

IL CONFRONTO FANO È iniziata con la partecipazione all'incontro al Tar hotel organizzato dalla TreValli cooperlat ieri la visita a Fano del ministro della agricoltura Francesco Lollobrigida, che ha voluto essere presente alle celebrazioni per il compimento di 60 anni di attività di una ditta marchigiana che, fondata a Macerata, è diventata il terzo gruppo lattiero caseario d'Italia aggregando molti piccoli caseifici sociali e numerosi allevatori sparsi nelle Marche (presente anche a Colli al Metauro), acquisendo poi nuove realtà su scala nazionale, moltiplicando gli investimenti e coniugando innovazione e tradizione, come ha riconosciuto anche Francesco Torriani presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche.

Oggi opera in 6 regioni italiane e segna un fatturato di circa 245 milioni di euro, di cui il 24 per cento all'estero.

Il ministro Lollobrigida è stato accolto dal presidente della società Piero Cimarelli che ha relazionato sull'attività dell'azienda e ha evidenziato le necessità del settore.

Soprattutto l'esigenza di difendere i nostri prodotti e di distinguerli rispetto ai consumatori dalla concorrenza portata da altri Paesi.

Con lui sono intervenuti anche il presidente della commissione agricoltura della Camera dei deputati Mirco Carloni e il presidente della giunta regionale Francesco Acquaroli.

Il ministro si è congratulato con la TreValli per i risultati raggiunti; le ha riconosciuto il merito di aver puntato soprattutto la qualità dei suoi prodotti che ora si trovano anche in numerosi paesi esteri: Turchia, Corea del Sud, Francia, Grecia, Germania, Arabia Saudita, Svizzera, Egitto.

«Noi ha dichiarato Lollobrigida siamo conosciuti nel mondo come il Paese della qualità, con grande riscontro in termini commerciali; dobbiamo però insistere perché i cittadini, i consumatori, siano messi in grado di effettuare le loro scelte attraverso una informazione corretta e questo è uno dei compiti che ci siamo assunti per difendere i nostri prodotti a livello europeo».

ma.

fo.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

02/09/2023

Corriere Adriatico (ed. Pesaro)

Pagina 16

EAV: € 637
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/31437.main.png

Alle 21,15 alla Corte malatestiana concerto di autofinanziamento dell'orchestra Mosaico con artisti da 7 a 20 anni

Corriere Adriatico
Sabato 2 settembre 2023
email: fano@corriereadriatico.it
www.corriereadriatico.it
fax: 0721 67084
telefono: 0721 31633

LA DELIBERA

Eventi, via libera al bando Contributi per i promotori

Previste due linee: 2.500 euro per varie iniziative, 6mila per l'accoglienza turistica

FANO E' stata approvata nell'ultima riunione di giunta una delibera che, tramite l'emissione di un bando, contempla la concessione di contributi alle associazioni che hanno organizzato o contribuito ad organizzare eventi di tipo turistico sia di valorizzazione storica, che di promozione e di accoglienza della città, che di qualificazione della nostra tradizione gastronomica, che di aspetti peculiari come la città dei bambini.

La forza del volontariato

E' infatti grazie al contributo del volontariato, che a Fano rappresenta una forza straordinaria in termini numerici e in quelli di efficienza e competenza, che una serie molto nutrita di manifestazioni viene condotta a termine. Nella serie rientrano anche tutte le iniziative attuate per porre all'attenzione del turista il mondo della pesca, con Fano marinara e Fano gastronomica, rinnovate e promosse Fascita di Fano, città di Vitruvio. «Nella delibera – ha evidenziato l'assessore agli eventi Etiene Lucarelli – sono previsti due filoni: bandi di tipo A rivolti alle associazioni, enti, gruppi che svolgono attività propedeutiche alla valorizzazione dei quartieri, alla partecipazione delle persone alla vita pubblica, che realizzano progetti mirati alla sostenibilità ambientale, che operano per la collaborazione tra generazioni, al fine di creare un sistema città che valorizzi le singole realtà urbane. Per questo filone è previsto un contributo massimo di 2.500 euro a progetto. Il contributo sale invece fino a 6.000 euro per il filone B a cui appartengono quei progetti che si occupano specificamente o sia di promozione che di accoglienza turistica».

Di questi ultimi fanno parte anche eventi che esulano dalla stagione turistica propriamente detta, ma che variano una sfera d'azione che va al di là della nostra regione ed iniziative di accoglienza che si svolgono in luoghi a marcata caratterizzazione turistica, come i lungomari del Lido, Sassonia, Torrette, Ponte Sasso e ovviamente in centro storico.

La Fano dei Cesari è una manifestazione frutto di molte associazioni

Saranno assegnati punteggi alle singole proposte al fine di premiare il merito

Al bando quindi possono partecipare tutte quelle associazioni che durante la stagione estiva hanno realizzato progetti o che intendono realizzarne di nuovi. Le loro proposte saranno vagliate da una speciale commissione che attribuirà i punteggi e stabilirà le graduatorie. La valutazione di merito è stata introdotta in seguito a una proposta avanzata l'anno scorso da Cora Fattori e Stefano Marchegiani che allora facevano parte del gruppo consigliare di Azione + Europa e approvata dal consiglio comunale il 16 giugno 2022.

Il cambio di passo

E' stato un cambio di passo importante che ha sottratto la commissione di contributi a valutazioni di parte, prese più per ragioni politiche che in base alle reali valore del progetto. A questo proposito collaboreranno insieme la commissione cultura, settore di cui Cora Fattori è diventata nel frattempo assessore, e la commissione turismo. Riguardo agli eventi organizzati le commissioni terranno conto del numero degli utenti coinvolti, della loro età, della provenienza, di quali metodi sono stati adottati per divulgare le informazioni, su quali canali è stato promosso l'evento, a quanto è ammontato il budget investito e il suo rapporto con quanto messo a disposizione l'anno precedente.

Massimo Foglietti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Argomenti2000 discute su come ricostruire l'Europa

Nel pomeriggio alla Grotta in vista di un libro bianco

IL DIBATTITO

FANO Oggi dalle 16,30 presso l'agriturismo La Grotta di Fano (Sant'Angelo in Ferriano 16) si terrà un incontro su "L'Europa ci interessa" promosso da Argomenti2000, l'associazione di amicizia politica che riunisce, attraverso una rete di circoli e associazioni locali, persone dell'area cattolica impegnate nell'ambito sociale e politico.

L'iniziativa prende spunto da un'espressione utilizzata da monsignor Matteo Zuppi, presidente della Conferenza episcopale italiana, in una recente occasione in cui ricordando il Codice di Camaldoli, scritto alla fine della guerra da un gruppo di intellettuali cattolici per offrire degli orientamenti per la ricostruzione, ha indicato la necessità di "una nuova Camaldoli europea".

All'incontro parteciperanno Francesco Torriani, Nino Santarelli ed Ernesto Preziosi. Saranno ospiti Michele Nicoletti, dell'università di Trento, già presidente dell'assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa e la parlamentare europea Beatrice Covassi.

Analoghe iniziative sono in corso in varie regioni, promosse da Argomenti2000 in preparazione all'incontro che si terrà a Roma, sabato 14 ottobre, per presentare un "Libro bianco" che raccoglie proposte per la vita politica del Paese. Nel 2024 sono previste le elezioni per il rinnovo del Parlamento europeo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il torneo dei campanili contro il carcinoma

Domani gara di boccia alla lunga a Sant'Ippolito a sostegno della Breast unit

LA SOLIDARIETÀ

FANO Il torneo dei campanili di boccia alla lunga sostiene la lotta al carcinoma al seno. Domani a Sant'Ippolito le squadre dei comuni della provincia, con partecipazione allargata ai territori limitrofi, daranno vita a un'appassionata competizione di bocce alla lunga finalizzata a raccogliere fondi per l'associazione Fior di loto di Fano, che accompagna le donne operate al seno presso la Breast unit dell'ospedale Santa Croce diretta da Cesare Magalotti. L'obiettivo è acquistare un ecografo, a uso dell'ambulatorio per le pazienti già operate, che costa circa 20mila euro. Perciò la quota di iscrizione è abbastanza alta: 100 euro a squadra: l'intero provento, salvo le modeste spese organizzative, sarà devoluto a questo scopo benefico.

La gara, che ha il patrocinio del Comune di Sant'Ippolito, è organizzata dal gruppo di boccia alla lunga di Bacchi. La location della competizione è via Serra (le Caccie) di Sant'Ippolito. Si tratta di un torneo da otto tiri. Sono invitati i giocatori di tutte le associazioni di boccia alla lunga. Secondo il regolamento della gara, le squadre possono essere composte al massimo da 6 giocatori = 1 (under, over, maschio o donna). Nella squadra le tese di serie possono essere IT = 2 N o 3 Non. I giocatori devono fare parte per nascita o residenza dello stesso comune, ciascun comune può essere rappresentato da una o più squadre. Sono stati invitati anche i comuni umbri (che possono formare una squadra regionale) e quello di Senigallia. Al termine saranno consegnati un premio individuale (trofeo e salume) al giocatore del tiro più lungo e il premio al primo classificato (trofeo).

«Nel fondo per l'ecografo ci sono già i contributi raccolti con altre iniziative benefiche - afferma il direttore di senologia dell'Aut I, Magalotti -, attualmente ci avvaliamo dell'ecografo di radiologia: questo strumento ci serve per essere indipendenti e rispondere meglio alle esigenze delle nostre pazienti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

02/09/2023

Corriere Adriatico (ed. Pesaro)

Pagina 16

EAV: € 637
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Argomenti2000 discute su come ricostruire l'Europa

Nel pomeriggio alla Grotta in vista di un libro bianco

IL DIBATTITO FANO Oggi dalle 16,30 presso l'agriturismo La Grotta di Fano (Sant'Angelo in Ferriano 16) si terrà un incontro su "L'Europa ci interessa" promosso da Argomenti2000, l'associazione di amicizia politica che riunisce, attraverso una rete di circoli e associazioni locali, persone dell'area cattolica impegnate nell'ambito sociale e politico.

L'iniziativa prende spunto da un'espressione utilizzata da monsignor Matteo Zuppi, presidente della Conferenza episcopale italiana, in una recente occasione in cui ricordando il Codice di Camaldoli, scritto alla fine della guerra da un gruppo di intellettuali cattolici per offrire degli orientamenti per la ricostruzione, ha indicato la necessità di "una nuova Camaldoli europea".

All'incontro parteciperanno Francesco Torriani, Nino Santarelli ed Ernesto Preziosi.

Saranno ospiti Michele Nicoletti, dell'università di Trento, già presidente dell'assemblea parlamentare del Consiglio d'Europa e la parlamentare europea Beatrice Covassi, .

Analoghe iniziative sono in corso in varie regioni, promosse da Argomenti2000 in preparazione all'incontro che si terrà a Roma, sabato 14 ottobre, per presentare un "Libro bianco" che raccoglie proposte per la vita politica del Paese.

Nel 2024 sono previste le elezioni per il rinnovo del Parlamento europeo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/29251.main.png

LE NOTIZIE di oggi

LA CERIMONIA
PESARO

Forum Giovani premia il logo

Oggi alle 12 nella sala Rossa del Comune, l'annuncio e la premiazione dell'ideatore del logo del Forum Giovani, vincitore del bando di concorso del Comune di Pesaro. L'immagine scelta verrà utilizzato per il materiale informativo, promozionale, comunicativo e documentale prodotto dal nuovo organismo partecipativo giovanile della città e costituirà il simbolo che lo differenzierà dagli altri organi istituzionali, rendendolo riconoscibile all'esterno.

IL CICLO
PESARO

Fondazione Rossini, al via gli "Incontri"

Si rinnova l'appuntamento con gli Incontri a cura della Fondazione Rossini, organizzati in occasione del Rossini Opera Festival. Domani, martedì 8 agosto, alle 11 alla Sala della Repubblica del Teatro Rossini, il primo approfondimento sarà dedicato ad Edoardo e Cristina, opera inaugurale della 44esima edizione del ROF, che andrà in scena venerdì 11 agosto alla Vitrifrigo Arena nella prima esecuzione moderna nell'edizione critica della Fondazione Rossini. Lo spettacolo è firmato da Stefano Poda e diretto da Jader Bignamini. Interverranno i curatori dell'edizione critica dell'opera, Alice Tatitta e Andrea Malnati, nonché Ilaria Narici, Direttore scientifico e Direttore dell'Edizione critica della Fondazione. Gli incontri proseguiranno mercoledì 9, giovedì 10 e domenica 13 sempre alle 11. Gli appuntamenti verranno trasmessi in streaming sul canale YouTube della Fondazione Rossini.

IL RICORDO
PESARO

Omaggio a Giubartò con uno spettacolo nei luoghi che amava

In via Del Fallo domani alle 18 si terrà a ricordare Giubartò, con un pomeriggio dal titolo Poesia, colori e profumi della vita. «La sua assenza è un vuoto che nessuno saprà riempire – ha sottolineato la nipote Nicole Teatro, musica: era la colonna portante del Rof, ricco di ogni pensiero per ognuno, tutto ciò che era spettacolo era parte di lui. Il teatro era la sua seconda casa. Marco ovunque, nella via, nella piazza, nel suo scaglio al mare, ma in noi rimarrà per sempre, nei nostri gesti e parole, nei nostri sguardi e nelle nostre sensazioni musica». Lo stilista era infatti una istituzione. Il suo studio è sempre stato un crocevia d'arte cultura, provocazioni e stimoli intellettuali ed è per questo che la manifestazione in suo onore ha il patrocinio del Comune di Pesaro. Tra gli artisti presenti Anissa Gouiri (voce e percussioni) e Jacopo Marioni (violoncello e loop station) che proporranno un variegato repertorio di musiche popolari che attinge dalla tradizione di tutto il mondo. Nella seconda parte dello spettacolo Jacopo Marioni suonerà invece alcune sue composizioni originali e diverse arrangiamenti di brani di vari generi musicali, dal pop al rock. Non mancherà la partecipazione di Harnoldo, Chiccotteco e Guercia, i posti dove Giubartò passava parte del suo tempo, e non mancherà una sorpresa finale che riguarda un progetto di street art a lui dedicato.

L'indimenticato Giubartò

LA RASSEGNA
PESARO

Al parco Miralfiore con Pagliari Un ladro di storie che racconta personaggi intrisi di umanità

Questa sera alle 21.15 con "Il ladro di storie, appunti di viaggio di un giornalista distratto", spettacolo teatrale scritto e interpretato da Luca Pagliari, prosegue, al parco Miralfiore Miralteatro d'Estate. Lo spettacolo è l'occasione per Luca Pagliari di aprire e sfogliare metaforicamente il suo "taccuino di appunti" per avventurarsi nel racconto di alcune storie che hanno segnato la sua carriera di giornalista e documentarista. Senza retorica e autoreferenzialità, accompagnato da foto e musiche, Pagliari condurrà lo spettatore in un viaggio intriso di umanità. Storie grandi e meno grandi, episodi, frammenti di vita e dettagli che hanno lasciato un segno nel suo modo di essere. In fin dei conti siamo tutti "ladri di storie" perché nulla come una storia, se abbiamo tempo e voglia di ascoltarla, è in grado di farci comprendere un po' meglio la felicissima arte del vivere. Nell'arco di circa novanta minuti Luca Pagliari ripercorre la storia del pallavolista Jack Sintini, ricorda bambini della favelas all'insegnamento di un pallone, l'incontro con Dio, la vita di Alfonsina Strada, unica ciclista donna al Giro d'Italia. Biglietto: cortesia 5 euro. Prevendita: 0721 367148, 0721 34121, 334 3193717.

L'INIZIATIVA
PESARO

Girasole biologico a Candelara con Montebello visita ai campi

Nel pomeriggio di domani, martedì 8 agosto, a Candelara è in programma una visita ai campi prova di girasole biologico destinato ai diversi attori della filiera. L'iniziativa è co-organizzata dalla Monte bello Cooperativa Agrobiologica, realtà che fa parte dell'ecosistema Grolemont, e da Mas Seeds, azienda sementiera leader europea nella produzione di seme. «Un percorso – spiega Francesco Torriani, responsabile della Cooperativa Montebello – che da tempo stiamo portando avanti per condividere lungo tutta la filiera tecniche e modalità che contribuiscono a preservare ed innalzare ulteriormente la qualità delle produzioni bio. Una qualità che deve riguardare tutto il processo, a cominciare dal seme, una condizione fondamentale sia per ottenere buone produzioni che per rispettare gli standard del biologico». Le Marche sono la prima regione d'Italia nella coltura del girasole con circa 40.000 ettari (dati Istat-Istea 2021), di cui circa il 10% condotto con metodo biologico. L'appuntamento è alle 17.30 presso la Fondazione Agraria Carte di Montevecchio a Fenile di Fano: da qui si partirà per la visita al campo prova di girasole biologico dell'Azienda Agricola Eredi Bonfil Valerio di Candelara. Info: 0721/720221 - 349.0093290.

Piemme
MEDIA PLATFORM
NECROLOGIE PARTECIPAZIONI
Servizio telefonico
Tutti i giorni compresi i festivi dalle 09,00 alle 19,30
Numero Verde
800.893.426
Fax 06 377 08 483
E-mail necro.corrieredriatico@piemmemedia.it
Abilitati all'accettazione delle carte di credito

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/08/2023

Corriere Adriatico (ed. Pesaro)

Pagina 11

EAV: € 626
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

Girasole biologico a Candelara con Montebello visita ai campi

PESARO

Nel pomeriggio di domani, martedì 8 agosto, a Candelara è in programma una visita ai campi prova di girasole biologico destinata ai diversi attori della filiera.

L'iniziativa è co-organizzata dalla Montebello Cooperativa Agrobiologica, realtà che fa parte dell'ecosistema Girolomoni, e da Mas Seeds, azienda sementiera leader europea nella produzione di seme.

«Un percorso spiega Francesco Torriani, responsabile della Cooperativa Montebello che da tempo stiamo portando avanti per condividere lungo tutta la filiera tecniche e modalità che contribuiscono a preservare ed innalzare ulteriormente la qualità delle produzioni bio.

Una qualità che deve riguardare tutto il processo, a cominciare dal seme, una condizione fondamentale sia per ottenere buone produzioni che per rispettare gli standard del biologico».

Le Marche sono la prima regione d'Italia nella coltura del girasole con circa 40.000 ettari (dati Istat-Ismea 2021), di cui circa il 10% condotto con metodo biologico.

L'appuntamento è alle 17.30 presso la Fondazione Agraria Cante di Montevecchio a Fenile di Fano; da qui si partirà per la visita al campo prova di girasole biologico dell'Azienda Agricola Eredi Renili Valerio di Candelara.

Info: 0721/720221 - 349.0059290.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

LE NOTIZIE di oggi

L'INCONTRO
PESARO

Perugini presenta Manzini alla Greco

La Prefetta di Pesaro e Urbino Emanuela Saveria Greco ha ritenuto l'atleta paralimpico Marco Manzini, accompagnato dal presidente del Consiglio Comunale Marco Perugini. «La sua forza di volontà, la sua tenacia e la sua grinta sono di esempio per tanti – ha commentato Perugini – Ha una carica e una positività che raramente si trova». Manzini ha consegnato alla Prefetta Greco il suo libro "La casalta di vivere" e una fotografia che lo ritrae vittorioso.

CARLONI AL VINITALY
PESARO

Casciotta d'Urbino dop «Tesoro unico al mondo altro che cibo sintetico»

La presentazione della casciotta a Vinitaly

A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione e importazione del cibo sintetico, la Casciotta d'Urbino DOP, dal Vinitaly di Verona, con l'incontro dal titolo "La Bellezza è nel Gusto", nello spazio di Food Brand Marche, torna a ribadire l'importanza del cibo tradizionale, capace di rispettare la natura degli alimenti e di chi ne fa uso. Una storia lontana dei tempi la casciotta è infatti diventata una specialità distintiva marchigiana con il Duca Federico da Montefeltro, che decise di proteggere il suo territorio dalle scorrerie dei pastori transumanti agevolando l'uso dei pascoli per gli allevatori locali. Per tutelarne l'eccellenza, al Disciplinare si affianca il Consorzio di Tutela Casciotta d'Urbino Dop che si occupa anche della sua promozione e valorizzazione. «Una Casciotta d'Urbino Dop – secondo Paolo Cesaretti, Coordinatore del Consorzio Tutela – è molto più di un semplice alimento. Può suscitare emozioni come scoperta, brivido, stupore, sogno, prodigio, affinità e adorazione, ma anche, sebbene raramente, delusione e disappunto. Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo». Presenti all'incontro, moderato dalla giornalista Veronique Angeletti, Tommaso Di Santo, Presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche e Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop, che hanno difeso il cibo vero da agricoltura vera per il bene di tutta la filiera e per valorizzare la storia della Regione Marche ma anche dell'intero Paese. La dieta mediterranea italiana rappresenta un patrimonio da valorizzare in quanto modello salutare per eccellenza e di rigoroso rispetto del territorio e della biodiversità. «Il cibo sintetico – ha sottolineato Mirco Carloni, Presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati – non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione ed è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere centinaia di animali».

Beatrice Giannotti

IL LUTTO
PESARO

Addio a Scola, poeta del dialetto

Ieri si è spento Arduino Scola uno dei custodi del dialetto pesarese. Scola aveva 82 anni. Lo ricorda con affetto e commozione il consigliere regionale Andrea Biancani. «Ci ha lasciato Arduino Scola, un poeta dialettale pesarese che da sempre contribuisce a tenere viva la cultura dialettale pesarese.

Proprio lo scorso novembre avevamo presentato, nel teatro della Piccola Ribalta, un suo libro, "Scrme. Versi in vernacolo pesarese". Un giusto riconoscimento a un poeta dialettale del nostro territorio.

Una pubblicazione che raccoglie sessanta poesie che raccontano fatti quotidiani della vita di Scola e della sua amata Pesaro: la famiglia e gli amici, la vita nelle piazze, nelle strade, non mancano la satira sulle questioni sociali del tempo e acute riflessioni sul futuro personale, della città e del mondo. Il tutto narrato con l'ironia tipica della produzione dialettale. Grazie a Scola abbiamo trascorso un pomeriggio che si ha ricordato come sia importante sul riguardare il dialetto come parte integrante della nostra cultura» ha

spiegato Biancani ricordando la presentazione dell'ultimo libro del poeta. «A salutare Scola in quella occasione – ha aggiunto Biancani – era venuta anche Franca Mercantini, autrice di sentiti dialettali, che ha ricordato come sia stato proprio Scola ad averla aiutata a realizzare le prime pubblicazioni. Condoglianze alla famiglia e a tutti suoi cari». Il funerale di Scola sarà celebrato domani nella chiesa di San Carlo Borromeo via Nitti ore 15.30.

IL BANDO
PESARO

Street food a Fiorenzuola La scadenza

C'è tempo fino alle ore 13 del 10 aprile per partecipare all'avviso pubblico per l'assegnazione stagionale di un'area, per il biennio 2023-2024, a Fiorenzuola di Focara per lo svolgimento dell'attività di somministrazione di alimenti e bevande con idoneo mezzo mobile attrezzato. È quanto previsto dal bando del Comune. La domanda dovrà essere indirizzata al Comune di Pesaro e dovrà pervenire a mezzo Pec a comune.pesaro@emarche.it entro e non oltre le ore 13.00 del giorno 10 aprile 2023. Nell'oggetto della Pec dovrà essere riportata l'indicazione del mittente.

Piemme
MEDIA PLATFORM

NECROLOGIE
PARTECIPAZIONI

Servizio telefonico
Tutti i giorni compresi i festivi dalle 09,00 alle 19,30

Numero Verde
800.893.426

Fax 06 377 08 483
E-mail: necro.corriereadriatico@piemmeonline.it

Abilitati all'accettazione delle carte di credito

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

Corriere Adriatico (ed. Pesaro)

Pagina 13

EAV: € 1.025
Lettori: 29.750

Argomento: Consorzio

CARLONI AL VINITALY - Casciotta d'Urbino dop «Tesoro unico al mondo altro che cibo sintetico»

PESARO

A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione e importazione del cibo sintetico, la Casciotta d'Urbino DOP, dal Vinitaly di Verona, con l'incontro dal titolo "La Bellezza è nel Gusto", nello spazio di Food Brand Marche, mira a ribadire l'importanza del cibo tradizionale, capace di rispettare la natura degli alimenti e di chi ne fa uso.

Una storia lontana del tempo: la casciotta è infatti diventata una specialità distintiva marchigiana con il Duca Federico da Montefeltro, che decise di proteggere il suo territorio dalle scorrerie dei pastori transumanti agevolando l'uso dei pascoli per gli allevatori locali.

Per tutelarne l'eccellenza, al Disciplinare si affianca il Consorzio di Tutela Casciotta d'Urbino Dop che si occupa anche della sua promozione e valorizzazione.

«Una Casciotta d'Urbino Dop - secondo Paolo Cesaretti, Coordinatore del Consorzio Tutela - è molto più di un semplice alimento.

Può suscitare emozioni come scoperta, brivido, stupore, sogno, prodigio, affinità e adorazione, ma anche, sebbene raramente, delusione e disappunto.

Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo».

Presenti all'incontro, moderato dalla giornalista Veronique Angeletti, Tommaso Di Sante, Presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche e Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop, che hanno difeso il cibo vero da agrizoltura vera per il bene di tutta la filiera e per valorizzare la storia della Regione Marche ma anche dell'intero Paese.

La dieta mediterranea italiana rappresenta un patrimonio da valorizzare in quanto modello salutare per eccellenza e di rigoroso rispetto del territorio e della biodiversità.

«Il cibo sintetico ha sottolineato Mirco Carloni, Presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati - non può essere paragonato ai nostri

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

prodotti della tradizione ed è una grande menzogna.

Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali».

Beatrice Giannotti.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/32983.main.png

TELEVISIONE

Considerando 4 ore di utilizzo al giorno, consuma invece circa 130 kWh annui

ASCIUGACAPELLI

Più caro potente più diminuisce il tempo di utilizzo, ma se lo usiamo per circa un quarto d'ora al giorno alla fine dell'anno avremo consumato circa 130 kWh. I modelli che assorbono 2000 W, costano di più, ma vi consentono di asciugare i vostri capelli più velocemente.

FERRO DA STIRO

Utilizza circa 2000 W, anche se una volta raggiunta la temperatura di utilizzo consuma meno. Ovviamente, per stirare si dovrebbe ridurre il tempo di utilizzo. Se usato mezzora al giorno arriva a consumare 300 kWh.

STUFA ELETTRICA

Può assorbire una potenza compresa tra i 1000 W e i 3000 W (3 kWh). Tutto dipende da quante ore resta accesa e in questo caso fare una media è del tutto arbitraria.

> Talvolta è meglio spendere di più ed acquistare un elettrodomestico ad alta efficienza

Per ridurre in modo pragmatico i consumi degli elettrodomestici. Come prima cosa è opportuno fare attenzione agli elettrodomestici che rimangono accesi in standby come lampadine, smart che, pur se spente, continuano ad essere collegate alla rete Wi-Fi, il forno a microonde, la macchina del caffè, la televisione, la console di gioco e anche un notebook che può consumare fino a 10 Watt se lasciato in modalità sospensione, evitando o consumare la bolletta e avvelenare il pianeta della ricarica.

Un altro elemento da considerare è l'efficienza energetica. In fase di acquisto di un nuovo elettrodomestico (o anche di un componente del sistema di climatizzazione di casa) è necessario sempre valutare l'efficienza energetica, analizzando l'etichetta apposta fornita dal produttore. Talvolta è meglio spendere di più ed acquistare un elettrodomestico ad alta efficienza. La spesa extra sarà ampiamente ammortizzata grazie al calo dei consumi registrato nel lungo periodo.

Una campagna per rilanciare il cibo biologico

L'obiettivo è che **rilanciare** un **settore** che negli ultimi anni ha fatto segnare il passo. Il claim è **"La salute del pianeta passa dalla tua spesa"**

■ di Marco Biondelli

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita pressoché ininterrotta e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Istituto gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'approvvigionamento complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, vi pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata ieri in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'attore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata è trasversale su una serie di canali: sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio e alcuni influencer Renee (@bayrenee), Carlotta Sedlin (@carlyfitly) e Luca Gargiul (@lukagargiul) e delle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano per tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuse in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". La attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna: come ad esempio le scarse conoscenze da parte dei consumatori dell'intero figlio (il marchio comunitario che certifica gli prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori relativa ai scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero significato del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli altri anni.

> Le vendite nel 2022 hanno registrato, con una modesta crescita in valore (+0,5%)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/09/2023

GAZZETTA DI REGGIO

Pagina 33

EAV: € 1.132
Lettori: 26.464

Argomento: Consorzio

Una campagna per rilanciare il cibo biologico

L'obiettivo è che rilanciare un settore che negli ultimi anni ha fatto segnare il passo. Il claim è La salute del pianeta passa dalla tua spesa

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record.

Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata è incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: La salute del Pianeta passa dalla tua spesa.

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio.

Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto.

Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/31873.pdf

Alleanza Cooperative Agroalimentari: “Necessari i programmi promozionali”

I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 rendono impellente la necessita di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni bio sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda .

Il monito arriva dal
Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari,
Francesco Torriani, nel corso del convegno e Appuntamento con il Bio í organizzato da Ismea a L’Aquila in occasione della presentazione del rapporto ë Bio in cifre.

ìIl duplice obiettivo pu' essere conseguito solo puntando
sull?

aggregazione, poichÈ in un contesto caratterizzato da una riduzione del
potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado
di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi”.

Visto il ruolo
strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo
Torriani assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle fliere biologiche”.

Per quanto riguarda l’obiettivo di far crescere i consumi è auspicabile
secondo il coordinatore, che sia le istituzioni pubbliche che il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori, impiegando
al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://pdf.extrapola.com/moretticomunicazioneV/33789.main.jpg

Ulteriori finanziamenti al biologico

Marche Biologiche investe risorse in un progetto di filiera in grado di rivolgersi anche a giovani e cittadinanza per allargare l'attenzione attorno al modello di produzione specifico

Sonia Milesi

ANDREA MARIA ANTONINI
ASSESSORE MARCHE ALL'AGRICOLTURA

Consumatori più attenti al biologico. Progetti di filiera sempre più integrati e strategici. È con il via libera a un progetto da oltre 7 milioni di euro che **Consorzio Marche Biologiche ha festeggiato a settembre la Giornata europea per il biologico. Approvato dalla Regione Marche**, il progetto **Filiera ConMarcheBio** rientra nei progetti integrati per le filiere agroalimentari ed **è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani**. Prevede una serie di investimenti sia immateriali (come azioni di informazione, promozione, servizi di consulenza e innovazione) che materiali (come azioni agroindustriali), per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

"Dopo aver avviato **la costituzione del distretto biologico più grande in Europa** -ha commentato **Andrea Maria Antonini**, assessore regionale all'Agricoltura- le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata.

Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica".

Nato nel 2010, il Consorzio Marche Biologiche ha l'obiettivo di concentrare in filiera quanti più coltivatori biologici in regione. Aggrega oggi 430 imprese agricole (tra cui tre cooperative di riferimento del biologico regionale come **Gino Girolomoni, Montebello e la Terra e il Cielo**).

La superficie agricola utilizzata conta oltre 8mila ettari complessivi. Il consorzio tratta un totale di 20mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno, raggiungendo un fatturato di filiera di oltre 20 milioni di euro l'anno.

Tra i prossimi impegni quindi, dare un nuovo e importante stimolo alle sempre presenti campagne di comunicazione rivolte alle famiglie, così come ai giovani, puntando sui temi forti della tutela dell'ambiente e della salute come valori non più trascurabili, prevedendo azioni promozionali specifiche, quali incontri con la stampa e con la cittadinanza, insieme a campagne di informazione e di sensibilizzazione, con giornate aperte e workshop rivolti a un pubblico di ogni età.

IMPEGNO A TUTTO TONDO

"A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di quest'ultimo progetto, distribuito nel triennio 2023/2025" afferma **Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche**. L'impianto si articola in cinque aree di intervento rivolte non solo alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati.

FRANCESCO TORRIANI
PRESIDENTE CONSORZIO MARCHE BIOLOGICHE

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

IMPEGNO A TUTTO TONDO

A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di quest'ultimo progetto, distribuito nel triennio 2023/2025 afferma Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche.

L'impianto si articola in cinque aree di intervento rivolte non solo alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

alle emergenze che ci sono state negli ultimi mesi.

Gli agricoltori che si sono impegnati negli **interventi a superficie** (ad esempio, l'integrato, il biologico, le cover crops) e la misura del benessere animale del Secondo pilastro della Pac riceveranno in **acconto fino all'85% del dovuto**, anziché il 75% stabilito come aliquota ordinaria.

Agea ha individuato precise regole per calcolare gli importi da anticipare, le quali prevedono qualche complessità tecnica, in quanto è necessario tenere conto degli interessi finanziari dell'Unione europea e delle difficoltà provocate da alcuni interventi, come l'Ecoschema e il sostegno accoppiato al reddito per la zootecnia, per i quali non si dispone ancora di tutte le informazioni necessarie ad accertare in modo definitivo le condizioni di ammissibilità.

Non tutti gli agricoltori riceveranno gli anticipi, ma solo quelli per i quali sono stati svolti con esito positivo i controlli amministrativi e di monitoraggio. Nel calcolare gli importi dell'anticipo gli organismi pagatori tengono conto della riduzione lineare del 3% da eseguire su tutti gli interventi dei pagamenti diretti per alimentare il Fondo di mutualizzazione nazionale per eventi catastrofali e della necessità di soddisfare le richieste di accesso alla riserva nazionale.

A tale proposito Agea ha scelto di considerare un'aliquota indicativa del 2%, riducendo così al 68% la quota che può essere anticipata per la componente dei titoli disaccoppiati, presente nel portafoglio titoli di ciascun agricoltore beneficiario.

Nonostante le diverse cautele e le limitazioni delle quali si è dovuto tenere conto, **le somme che saranno riconosciute in fase di acconto, per quanto riguarda il regime dei pagamenti diretti, dovrebbero risultare piuttosto consistenti e in genere ampiamente superiori al 50% di quanto complessivamente spettante** nel corrente anno.

Prime analisi dei risultati della nuova Pac

Come accennato in precedenza, la circolare Agea è interessante perché contiene dati riferiti ai quasi 40 interventi che fanno parte del nuovo regime dei pagamenti diretti, dai quali è possibile ricavare indicazioni su come gli agricoltori italiani hanno reagito all'introduzione della nuova Pac per il quinquennio 2023-2027.

In generale, l'interesse è stato molto forte, come del resto è avvenuto negli anni passati.

I tradizionali interventi come **gli aiuti disaccoppiati legati ai titoli, il sostegno accoppiato al reddito e il supplemento giovani, non hanno mostrato esiti sorprendenti**, nel senso che le superfici agricole richieste a pagamento sono risultate in linea con quanto preventivato con il Piano strategico della Pac 2023-2027 (Psp).

Anche per il sostegno redistributivo al reddito a favore delle piccole e medie aziende non ci sono da segnalare esiti eclatanti: il numero di ettari richiesti a premio è risultato abbastanza coerente con quanto programmato (a consuntivo sono mancati all'appello circa 120.000 ha).

Non ha avuto un grande successo l'intervento del sostegno accoppiato per gli agrumi, dato che la superficie dichiarata è risultata inferiore del 50% rispetto a quanto indicato nel programma.

Considerazioni di un certo interesse giungono quando si valutano i risultati scaturiti dagli Ecoschemi, come si evince dalla tabella. C'è stata una sottoutilizzazione dell'intervento che premia l'inerbimento delle colture arboree (Ecoschema 2), con 1,1 milioni di ettari richiesti a contributo, a fronte di una stima di 1,35 milioni di ettari formulata nell'ambito del Psp.

Lo stesso è avvenuto per la salvaguardia degli oliveti paesaggistici (Ecoschema 3), con 603.000 ha dichiarati nel 2023 dagli agricoltori italiani a fronte di un dato programmato di 667.000 ha.

L'intervento delle colture a perdere per gli impollinatori da realizzare sui seminativi (Ecoschema 5) ha registrato una diffusione largamente al di sotto delle aspettative.

Peculiari sono i risultati per l'avvicendamento sui terreni a seminativo (Ecoschema 4), con 3,15 milioni di ettari richiesti a premio, a fronte di 1,40 milioni di ettari preventivati nel Piano strategico. Di conseguenza, sarà corrisposto un premio effettivo di 49,98 euro/ha, invece dei 110 stabiliti come importo indicativo nel Psp.

Ci sono regioni italiane come la Lombardia dove l'impegno dell'avvicendamento è stato ampiamente schivato dagli agricoltori, con solo 27.000 ha richiesti a premio, a fronte di una superficie complessiva di terreni a seminativo che ammonta a 760.000 ha, in base ai dati dell'ultimo Censimento dell'agricoltura.

Questi esiti sono un primo avvertimento che suggerisce la necessità di rivedere il funzionamento di alcuni capitoli della Pac 2023-2027 e in particolare l'Ecoschema 4, oggetto di numerose e reiterate osservazioni critiche durante la fase della programmazione e della prima applicazione.

Ermanno Comegna

GIORNATA EUROPEA DEL BIO

Biologico: i fondi vadano alle imprese riunite in filiera

Istituita dalla Commissione UE, il 23 settembre scorso si è tenuta la Giornata europea del biologico, un settore che vede protagonista il nostro Paese con 2,3 milioni di ettari destinati all'agricoltura bio e oltre 82.000 produttori agricoli dedicati, il numero più elevato tra i Paesi dell'Unione europea.

L'obbligo di scrivere in etichetta l'origine della materia prima e la volontà di valorizzare prodotti a km zero da parte dell'industria e dei consumatori, sta favorendo – spiega Coldiretti – la costruzione di filiere biologiche nazionali.

Il logo del biologico made in Italy previsto dalla legge nazionale di settore e la possibilità di realizzare importanti contratti di filiera anche per il bio, contribuiranno ulteriormente a uno sviluppo sempre più sostenibile delle filiere agroalimentari.

In questo quadro va registrato l'appello lanciato da Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative agroalimentari, a sfruttare meglio i fondi messi a disposizione del settore.

«Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di sviluppo regionali e ai fondi nazionali dedicati al settore – chiede Torriani – siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione».

«La programmazione della politica agricola 2023-2027 – argomenta Torriani – ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti", in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Biologico: i fondi vadano alle imprese riunite in filiera

stituita dalla Commissione UE, il 23 settembre scorso si è tenuta la Giornata europea del biologico, un settore che vede protagonista il nostro Paese con 2,3 milioni di ettari destinati all'agricoltura bio e oltre 82.000 produttori agricoli dedicati, il numero più elevato tra i Paesi dell'Unione europea.

L'obbligo di scrivere in etichetta l'origine della materia prima e la volontà di valorizzare prodotti a km zero da parte dell'industria e dei consumatori, sta favorendo spiega Coldiretti la costruzione di filiere biologiche nazionali. Il logo del biologico made in Italy previsto dalla legge nazionale di settore e la possibilità di realizzare importanti contratti di filiera anche per il bio, contribuiranno ulteriormente a uno sviluppo sempre più sostenibile delle filiere agroalimentari.

In questo quadro va registrato l'appello lanciato da Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative agroalimentari, a sfruttare meglio i fondi messi a disposizione del settore.

«Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di sviluppo regionali e ai fondi nazionali dedicati al settore chiede Torriani siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione».

«La programmazione della politica agricola 2023-2027 argomenta Torriani ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore.

Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere efficienti, in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://www.msn.com/it-it/foodanddrink/notizie/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/ar-AA1go3Y8

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ansa

Al via la campagna Ismea sul biologico, con Elio e Sardella

09/07/2023 16:37

I consumi di prodotti agricoli bio, dopo una crescita culminata nel 2020, stanno vivendo una fase delicata. Secondo i dati registrati dall'Ismea, gli acquisti domestici hanno segnato il passo nel 2022, con una crescita del +0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo. Le ragioni sono molteplici: si va dal prezzo più elevato dei prodotti bio rispetto a quelli convenzionali, alla scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia, il marchio Ue che contrassegna i prodotti del settore, alla necessità di maggiori garanzie sul biologico. Per promuovere il settore, il ministero di Agricoltura, sovranità alimentare e foreste lancia una campagna di comunicazione istituzionale, presentata da Ismea al Sana di Bologna. Testimonial sono Elio, protagonista degli spot tv e radio e di una webserie accanto gli influencer Revee, Carlotta Ferlito e Lulù Gargari e il conduttore e agronomo Luca Sardella, che ha realizzato alcune pillole informative. "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che" anche attraverso il packaging "insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie", sottolinea il commissario straordinario Ismea Livio Proietti. "Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il bio e questo non aiuta la penetrazione della categoria". Far conoscere il mondo del bio sarà cruciale per aumentare i consumi del settore, fanno notare Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio, e per Nicoletta Maffini, presidente di Assobio. "Dobbiamo sostenere la domanda, altrimenti tutto il settore è in difficoltà", chiosa Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative. "Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

ANSAit

EAV: € 2.530
Utenti unici: 2.004.000

Argomento: Consorzio

Al via la campagna Ismea sul biologico, con Elio e Sardella

I consumi di prodotti agricoli bio, dopo una crescita culminata nel 2020, stanno vivendo una fase delicata. Secondo i dati registrati dall'Ismea, gli acquisti domestici hanno segnato il passo nel 2022, con una crescita del +0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo. Le ragioni sono molteplici: si va dal prezzo più elevato dei prodotti bio rispetto a quelli convenzionali, alla scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia, il marchio Ue che contrassegna i prodotti del settore, alla necessità di maggiori garanzie sul biologico. Per promuovere il settore, il ministero di Agricoltura, sovranità alimentare e foreste lancia una campagna di comunicazione istituzionale, presentata da Ismea al Sana di Bologna. Testimonial sono Elio, protagonista degli spot tv e radio e di una webserie accanto gli influencer Revee, Carlotta Ferlito e Lulù Gargari e il conduttore e agronomo Luca Sardella, che ha realizzato alcune pillole informative. "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che" anche attraverso il packaging "insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie", sottolinea il commissario straordinario Ismea Livio Proietti. "Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il bio e questo non aiuta la penetrazione della categoria". Far conoscere il mondo del bio sarà cruciale per aumentare i consumi del settore, fanno notare Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio, e per Nicoletta Maffini, presidente di Assobio. "Dobbiamo sostenere la domanda, altrimenti tutto il settore è in difficoltà", chiosa Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative. "Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni", sottolinea il sottosegretario Luigi D'Eramo che si è impegnato "a portare avanti per tutto il tempo necessario la campagna di comunicazione che dà risposte" agli operatori del settore e ai consumatori.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ansa

Bio italiano al 19% del suolo coltivato, meno bene i consumi

07/05/2023 16:17

Rapporto 2022 Ismea, verso target 25%. Bene in bar e ristoranti - L'AQUILA - Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, superando i 2,3 milioni di ettari e avvicinandosi così sempre più al target comunitario del 25%, con una crescita nel 2022 del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti nelle scelte arrivano invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. È quanto emerso dai lavori all'Aquila del convegno nazionale 'Appuntamento con il bio', promosso da Ismea. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il Rapporto 'Bio in cifre', curato da e Ciheam di Bari , alla presenza delle autorità del ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo, del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto 'Bio in cifre', il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già sei regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

ANSAit

EAV: € 3.058
Utenti unici: 2.004.000

Argomento: Consorzio

Bio italiano al 19% del suolo coltivato, meno bene i consumi

Rapporto 2022 Ismea, verso target 25%. Bene in bar e ristoranti - L'AQUILA - Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, superando i 2,3 milioni di ettari e avvicinandosi così sempre più al target comunitario del 25%, con una crescita nel 2022 del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti nelle scelte arrivano invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. È quanto emerso dai lavori all'Aquila del convegno nazionale 'Appuntamento con il bio', promosso da Ismea. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il Rapporto 'Bio in cifre', curato da e Ciheam di Bari , alla presenza delle autorità del ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo, del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto 'Bio in cifre', il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già sei regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. "La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021 - spiegano dall'Ismea - non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di ricchezza".L'atteso Piano

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

nazionale per la produzione biologica che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, ha infatti concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. "Il settore - spiegano dall'Ismea - potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione". Molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante la mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente , vice presidente con delega ll'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta , assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di Ismea, al sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo . Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida è intervenuto in videocollegamento. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo , responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea, mentre Antonio Zinni, del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del 'Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo' per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1 del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna , a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini presidente di FederBio, Nicoletta Maffini presidente Assobio, Giuseppe Romano presidente AIAB, Francesco Torriani coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia presidente Cia -Anabio, Maria Letizia Gardoni p residente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa presidente di Giovani Confagricoltura Aquila. RAPPORTO 'BIO IN CIFRE ' - Nel 2022 la superficie biologica italiana ha superato i 2,3 milioni di ettari, evidenziando una crescita del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Dal 2010 l'estensione delle coltivazioni biologiche sono più che raddoppiate (+111% pari a oltre 1,2 milioni di ha), arrivando oggi a rappresentare quasi il 19% del totale delle superficie agricola utilizzabile censita dall'Istat, a pochi punti di distanza dalla soglia del 25% indicata dalla Strategia Farm to Fork come traguardo al 2030. Ad oggi sono già sei le regioni che hanno superato questo target: Toscana, Marche, Lazio,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Basilicata, Calabria e Sicilia Il 56% della SAU biologica è concentrata in 5 regioni: in ordine Sicilia e Puglia, che tornano a crescere a doppia cifra sul 2021 (rispettivamente +22,5% e +11,9%), Toscana, che rallenta dopo l'exploit del 2021 attestandosi su un +1,7% di incremento, infine Calabria in lieve flessione (-1,8%) tallonata dall' Emilia-Romagna (+5,3% rispetto al 2021). Osservando le dinamiche delle altre regioni italiane aumenta la SAU bio: nella Provincia Autonoma di Trento (+43,4%),in Liguria (+19,9%), in Sardegna (14,0%), nella Provincia Autonoma di Bolzano (+10,1%), in Lombardia (+7,1%), in Piemonte (6,0%), nel Lazio (5,6%), nelle Marche (+4,3%), in Valle d'Aosta (+4,0%) e in Campania (+1,5%).Le superfici rimangono pressoché stabili in Veneto mentre si riscontrano flessioni, comprese tra il 2% e il 5%, in Basilicata, Umbria, Friuli-Venezia Giulia e Molise. L'Abruzzo vede aumentare la propria superficie certificata bio a 61.332 ha nel 2022, con un'incidenza più che raddoppiata negli ultimi 12 anni e ormai prossima al 15%. SETTORI - Tra i seminativi , che rappresentano la destinazione prevalente della SAU bio, con un'incidenza superiore al 40%, avanzano le colture industriali (+18,1%), le foraggere (+2%) e il comparto cerealicolo (+5,1%), trainato dai maggiori investimenti a grano duro, grano tenero, orzo e avena. Al contrario flettono, seppur lievemente, gli ortaggi (-0,4%), mentre prosegue il trend di crescita per le colture permanenti (+9,0%), grazie in particolare agli incrementi di mandorleti, agrumeti, oliveti da olio, noccioleti e vigneti. L'anno si chiude in positivo anche per i prati e pascoli (+14,3% le superfici) e per il comparto della zootecnia bio , che vede aumentare il numero di capi in ciascuna tipologia di allevamento. Significativi gli incrementi delle consistenze negli allevamenti bovini (10,5%), suini (+121%), avicoli (16,9%) e caprini (7,3%), con gli ovini, unica voce fuori dal coro, che perdono l'1,4% dei capi. Tra i principali orientamenti produttivi abruzzesi degni di nota sono le coltivazioni biologiche di vite da vino e di olivo da olio, che rappresentano rispettivamente il 21% della superficie vitata regionale e il 12% dell'uliveto regionale. Operatori biologici certificati Relativamente agli operatori certificati bio, i dati indicano un incremento di oltre il 7% rispetto al 2021, grazie ai 6.655 nuovi ingressi nel sistema di certificazione che traghettano 2 il numero complessivo di produttori, preparatori e importatori biologici sopra le 92 mila unità. Guardando più nello specifico ai dati dell'Abruzzo, dal 2010 il numero di operatori biologici è praticamente raddoppiato raggiungendo nel 2022 le 2.374 unità. È interessante

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

evidenziare come il 54,8% degli operatori biologici si dedichi all'attività vitivinicola biologica, settore strategico e di pregio dell'economia regionale. A livello più generale, l'incremento del numero di aziende coinvolte nelle varie fasi della filiera biologica è una conferma della grande vitalità del settore, nonostante le molte incertezze che hanno costellato gli ultimi anni, tra emergenza pandemica e rincari record dei costi produttivi. A crescere sono soprattutto i produttori esclusivi nazionali, che comprendono le aziende con attività dedicata alla coltivazione del fondo agricolo, che hanno raggiunto le 68.605 unità (+10,1% sul 2021). Nel 2022 le aziende agricole biologiche rappresentano il 7,3% delle aziende agricole complessive ma hanno una dimensione media di quasi tre volte rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari vs 11 ettari. Significativo anche l'incremento dei produttori/preparatori (+3,6%) a quota 13.998 unità, mentre gli importatori aumentano di mezzo punto percentuale e i preparatori esclusivi arretrano dello 0,5%%, interrompendo la pluriennale tendenza positiva. I consumi di prodotti biologici Relativamente alle dinamiche della spesa alimentare delle famiglie, dopo l'ottima performance del 2020 (+9,5%), sostenuta dal confinamento domestico provocato dal lockdown, e la battuta d'arresto registrata per la prima volta nel 2021 (-4,6%), il 2022 segnala una ripresa moderata dei consumi bio, che non soddisfa le aspettative degli attori del comparto. Con 3,66 Miliardi di euro il mercato domestico di alimenti biologici cresce solo dello 0,5%, un tasso distante da quello dell'agroalimentare complessivo (+6,4%), e da quello dell'inflazione dei prezzi dell'agroalimentare pari, nel 2022, al 9,1%. Per effetto di queste dinamiche, si riduce l'incidenza delle vendite di bio sulla spesa alimentare complessiva, scendendo al 3,6% dal 3,9% del 2021. In un contesto di sostanziale stagnazione va però segnalato il positivo andamento di alcune categorie merceologiche come, ad esempio, quella delle uova fresche (+6,8%), dei prodotti ittici (+3,1%) e delle carni fresche e trasformate (+3,7%), mentre continua a rallentare, come nel 2021, la spesa nei settori dove il bio è più rappresentato ad esempio nell'ortofrutta (-2,8%) e nei derivati dei cereali (-3,4%). Infine, si segnala un sensibile calo degli acquisti di vino e spumanti biologici rispetto al 2021 (-3,7%), flessione collegata alla forte ripresa dei consumi fuori dalle mura di casa. Proprio il consumo extradomestico di alimenti biologici è stato lo scorso anno l'oggetto della prima indagine qualitativa condotta presso un campione di 1.126 bar e 864 ristoranti italiani, che ha fornito risultati molto incoraggianti circa la presenza di alimenti biologici nei

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

menu dei pubblici esercizi e il grado di consapevolezza degli operatori. Più della metà dei bar (54,4%) e oltre due terzi dei ristoranti (68,4%) hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ansa

Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6%

07/05/2023 17:31

Alleanza Cooperative Agroalimentari, 'servono incentivi ad hoc' (ANSA) - ROMA, 05 LUG - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6% e "rendono impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda". Lo ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, intervenendo al convegno Appuntamento con il 'Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale. Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche". Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Dalla rilevazione Ismea, le aziende agricole biologiche risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "Ciò smentisce la tesi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

ANSAit

EAV: € 2.522
Utenti unici: 2.004.000

Argomento: Consorzio

Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6%

Alleanza Cooperative Agroalimentari, 'servono incentivi ad hoc' (ANSA) - ROMA, 05 LUG - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6% e "rendono impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda". Lo ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, intervenendo al convegno Appuntamento con il 'Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale. Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche". Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Dalla rilevazione Ismea, le aziende agricole biologiche risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa - commenta Torriani - secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda. Le aziende agricole biologiche hanno invece

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende convenzionali". (ANSA).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ansa

Ok a progetto da 7 milioni di euro per Consorzio Marche Bio

09/23/2023 08:39

In concomitanza con la Giornata Europea per il Bio, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del Psr-Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini -. Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione". Il progetto, "distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" spiega Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, sottolineando la necessità di "aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie e ai giovani". Il Consorzio ad oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

ANSAit

EAV: € 2.514
Utenti unici: 2.004.000

Argomento: Consorzio

Ok a progetto da 7 milioni di euro per Consorzio Marche Bio

In concomitanza con la Giornata Europea per il Bio, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del Psr-Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini -. Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione". Il progetto, "distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" spiega Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, sottolineando la necessità di "aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie e ai giovani". Il Consorzio ad oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La Sau (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

ANSAit

EAV: € 2.229
Utenti unici: 2.004.000

Argomento: Consorzio

https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/mondo_agricolo/2023/09/22/alleanza-cooperative-risorse-per-imprese-bio-riunite-in-filiera_e7301ddd-5cac-4264-85ad-fee089afa630.html

Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico

"Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione".

È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre. "La programmazione della politica agricola 2023/2027 - argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi".

Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ansa

Alleanza Coop, bene la campagna Ismea per spingere i consumi bio

09/07/2023 16:57 PRIMO PIANO;

'Al via la campagna Ismea sul biologico...' delle ore 16:08) "La campagna di comunicazione dei prodotti biologici accoglie in pieno le nostre istanze in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate". (v. Lo ha detto il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, commentando la campagna istituzionale #IOPARLOBIO promossa dal Masaf e realizzata da Ismea, presentata al Sana. "Abbiamo particolarmente apprezzato che la campagna sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente - precisa Torriani - come è positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento". Auspicio del Coordinatore è che la campagna sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità. "Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all'iniziativa - precisa Torriani - è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni, in modo da dare efficacia all'azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica". Nell'evidenziare la delicatezza del momento congiunturale del settore per il calo del potere di acquisto dei consumatori, secondo Torriani, "per far crescere i consumi di prodotti bio è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. E a questo proposito la cooperazione è pronta a svolgere un ruolo di primo piano, rappresentando l'intera filiera produttiva".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

ANSAit

EAV: € 2.440
Utenti unici: 2.004.000

Argomento: Consorzio

Alleanza Coop, bene la campagna Ismea per spingere i consumi bio

'Al via la campagna Ismea sul biologico...' delle ore 16:08) "La campagna di comunicazione dei prodotti biologici accoglie in pieno le nostre istanze in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate". (v. Lo ha detto il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, commentando la campagna istituzionale #IOPARLOBIO promossa dal Masaf e realizzata da Ismea, presentata al Sana. "Abbiamo particolarmente apprezzato che la campagna sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente - precisa Torriani - come è positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento". Auspicio del Coordinatore è che la campagna sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità. "Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all'iniziativa - precisa Torriani - è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni, in modo da dare efficacia all'azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica". Nell'evidenziare la delicatezza del momento congiunturale del settore per il calo del potere di acquisto dei consumatori, secondo Torriani, "per far crescere i consumi di prodotti bio è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. E a questo proposito la cooperazione è pronta a svolgere un ruolo di primo piano, rappresentando l'intera filiera produttiva".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

adnkronos

EAV: € 2.681
Utenti unici: 1.848.000

Argomento: Consorzio

https://www.adnkronos.com/sostenibilita/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea_5ZgxhMbeAQluPukYrPGlll

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ilmessaggero.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:21

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: La salute del Pianeta passa dalla tua spesa . Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

Il Messaggero.it

EAV: € 2.677
Utenti unici: 1.845.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: La salute del Pianeta passa dalla tua spesa . Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. Il biologico è per l Italia un settore strategico ha affermato il sottosegretario al ministero dell Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta . Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sistema di controlli e garanzie ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore ha chiosato il Commissario possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork .

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

31/03/2023

QUOTIDIANO.NET

EAV: € 1.769
Utenti unici: 1.473.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://www.quotidiano.net/speciali/vinitaly/il-distretto-food-brand-marche-80054004

Il Distretto 'Food Brand Marche'

Appuntamento dedicato al Distretto Food Brand Marche martedì 4 aprile dalle 15.30 alle 16.30 (Pad. C - Saletta Regione Marche-Amap). Il titolo dell'incontro è 'Il distretto Food Brand Marche: certificazioni e sostenibilità per un futuro migliore'.

All'inizio i saluti di Antonio Centocanti, Presidente Distretto del cibo Food Brand Marche, Pbi Marco Rotoni, presidente Agenzia per l'innovazione nel settore Agroalimentare e della pesca 'Marche Agricoltura e Pesca' (AMAP Marche) su 'La nuova strategia di Amap Marche; il professor Fabio Musso dell'Università di Urbino interverrà su 'Analisi delle filiere agroalimentari delle Marche: carne e pasta'; Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche su 'L'importanza del biologico nelle Marche'; Giuseppe Liberatore, direttore generale Valoritalia su 'Qualità e sostenibilità certificate come valore aggiunto', infine Mirco Carloni, presidente della e Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati su 'Le politiche nazionali a sostegno dei distretti' Modera Gianbattista Marchetto, giornalista di VinoNews24.

© Riproduzione riservata

Il mitico colle celebrato anche da Fellini La lettera a Simenon: "Il Brunello, una divinità"

Il Chianti Classico Gallo Nero cresce E la 'Gran Selezione' fa da traino

Bong Joon-ho, visite e degustazioni

Nascono le 'Uga' Distintivo di qualità per il terroir dei Chianti Classico

Gallo Nero, la leggenda è un film

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

31/03/2023

QUOTIDIANO.NET

EAV: € 1.769
Utenti unici: 1.473.000

Argomento: Consorzio

Il Distretto 'Food Brand Marche'

Appuntamento dedicato al Distretto Food Brand Marche martedì 4 aprile dalle 15.30 alle 16.30 (Pad. C - Saletta Regione Marche-Amap). Il titolo dell'incontro è 'Il distretto Food Brand Marche: certificazioni e sostenibilità per un futuro migliore'. All'inizio i saluti di Antonio Centocanti, Presidente Distretto del cibo Food Brand Marche. Poi Marco Rotoni, presidente Agenzia per l'innovazione nel settore Agroalimentare e della pesca 'Marche Agricoltura e Pesca' (AMAP Marche) su 'La nuova strategia di Amap Marche; il professor Fabio Musso dell'Università di Urbino interverrà su 'Analisi delle filiere agroalimentari delle Marche: carne e pasta'; Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche su 'L'importanza del biologico nelle Marche'; Giuseppe Liberatore, direttore fenerale Valoritalia su 'Qualità e sostenibilità certificate come valore aggiunto', infine Mirco Carloni, presidente della e Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati su 'Le politiche nazionali a sostegno dei distretti' Modera Gianbattista Marchetto, giornalista di VinoNews24.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Meteo Web

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:31

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall?Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell?agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell?agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D?Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l?autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall?acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l?ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: ?La salute del Pianeta passa dalla tua spesa?. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

MeteoWeb

EAV: € 2.238
Utenti unici: 1.236.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall?Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell?agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell?agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D?Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l?autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall?acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l?ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: ?La salute del Pianeta passa dalla tua spesa?. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

attraverso un?indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell?euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l?acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all?acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. ?Il biologico è per l?Italia un settore strategico ? ha affermato il sottosegretario al ministero dell?Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D?Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l?obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta?. ?Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie ? ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore ? ha chiosato il Commissario ? possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork?.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Regione Vda

BIOLOGICO, COOPERATIVO 30% FATTURATO COMPARTO, QUOTA PARI A 2,8 MLD -2-

DIRE
AGENZIA DI STAMPA NAZIONALE

03/10/2023 12:35

(DIRE) Roma, 10 mar. - L'indagine congiunturale realizzata nel mese di febbraio ha inoltre evidenziato come il sentiment di mercato nel segmento biologico sia di segno positivo: nonostante il clima di profonda incertezza, il surriscaldamento dei prezzi delle materie prime, l'inflazione e le crisi geopolitiche si segnala un saldo positivo nei giudizi dei cooperatori. Secondo il 30% delle cooperative biologiche interpellate, la domanda di prodotti biologici tenderà ad aumentare rispetto allo scorso anno, sarà invece tendenzialmente stazionaria per il 51%. Per il 26% del campione anche il fatturato è previsto in crescita, peraltro non sostenuto dall'aumento dei prezzi di vendita. "La crescita della cooperazione nel settore biologico è una buona notizia: il binomio tra cooperazione e biologico ha davvero le caratteristiche per essere un binomio virtuoso per lo sviluppo della nostra agricoltura, in coerenza con gli obiettivi della nuova Politica Agricola e del Green deal europeo", dice il Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Francesco Torriani. Torriani evidenzia poi come la cooperazione biologica abbia "la capacità di tenere assieme le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile in maniera virtuosa e integrata lungo tutta la filiera, dalla produzione agricola allo stoccaggio, dalla trasformazione alla commercializzazione, fino alla distribuzione finale del cibo".(SEGUE).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

BIOLOGICO, COOPERATIVO 30% FATTURATO COMPARTO, QUOTA PARI A 2,8 MLD -2-

(DIRE) Roma, 10 mar. - L'indagine congiunturale realizzata nel mese di febbraio ha inoltre evidenziato come il sentiment di mercato nel segmento biologico sia di segno positivo: nonostante il clima di profonda incertezza, il surriscaldamento dei prezzi delle materie prime, l'inflazione e le crisi geopolitiche si segnala un saldo positivo nei giudizi dei cooperatori. Secondo il 30% delle cooperative biologiche interpellate, la domanda di prodotti biologici tenderà ad aumentare rispetto allo scorso anno, sarà invece tendenzialmente stazionaria per il 51%. Per il 26% del campione anche il fatturato è previsto in crescita, peraltro non sostenuto dall'aumento dei prezzi di vendita. "La crescita della cooperazione nel settore biologico è una buona notizia: il binomio tra cooperazione e biologico ha davvero le caratteristiche per essere un binomio virtuoso per lo sviluppo della nostra agricoltura, in coerenza con gli obiettivi della nuova Politica Agricola e del Green deal europeo", dice il Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Francesco Torriani. Torriani evidenzia poi come la cooperazione biologica abbia "la capacità di tenere assieme le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile in maniera virtuosa e integrata lungo tutta la filiera, dalla produzione agricola allo stoccaggio, dalla trasformazione alla commercializzazione, fino alla distribuzione finale del cibo".(SEGUE).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ilfoglio.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:27

Lanciato lo spot per la tv #loparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

ilfoglio.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.934
Utenti unici: 881.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

bolognatoday.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.899
Utenti unici: 807.000

Link originale: https://www.bolognatoday.it/cronaca/sana-fiera-biologico-indagine-ismea.html

Bologna Today

Alimenti bio, fase delicata: Elio e gli influencer per educare i giovani a mangiare sano

09/07/2023 16:08 Erika Bertossi

Al Sana di Bologna è stata presentata la campagna di comunicazione del ministero (Masaf) e realizzata da Ismea: protagonista il musicista presentatore Elio (Elio e le storie tese) che veste i panni dello "zio Bio" Perchè una campagna alimentare a favore del biologico? Perchè ci troviamo in un momento particolare: gli acquisti di prodotti alimentari bio stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall' Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere biologico sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. Ed è così che nasce una campagna "leggera" derivata da una serie di analisi che hanno avuto lo scopo di individuare target e modalità più efficaci di comunicazione. L'indagine fa emergere fra l'altro delle aree sfuocate rispetto a che cosa è davvero bio e cosa no: la conoscenza da parte del consumatore non è così approfondita e anche il logo europeo non è così riconoscibile. "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti . Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il bio e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

bolognatoday.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.899
Utenti unici: 807.000

Alimenti bio, fase delicata: Elio e gli influencer per educare i giovani a mangiare sano

Al Sana di Bologna è stata presentata la campagna di comunicazione del ministero (Masaf) e realizzata da Ismea: protagonista il musicista presentatore Elio (Elio e le storie tese) che veste i panni dello "zio Bio" Perchè una campagna alimentare a favore del biologico? Perchè ci troviamo in un momento particolare: gli acquisti di prodotti alimentari bio stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall' Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere biologico sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. Ed è così che nasce una campagna "leggera" derivata da una serie di analisi che hanno avuto lo scopo di individuare target e modalità più efficaci di comunicazione. L'indagine fa emergere fra l'altro delle aree sfuocate rispetto a che cosa è davvero bio e cosa no: la conoscenza da parte del consumatore non è così approfondita e anche il logo europeo non è così riconoscibile. "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti . Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il bio e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". Italia leader europeo del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologico: "Vanno rilanciati i consumi" "Il biologico è per l'Italia un settore strategico. - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo - Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni". La campagna di comunicazione del Ministero: uno spot e la web serie A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Dubbi davanti allo scaffale del supermercato: è bio o non è bio? Il packaging può ingannare Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al bio, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della grande distribuzione. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del biologico. Bio, quanto mi costi? Ma lo scalino con i prodotti convenzionali fa la differenza Dalle indagini svolte è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del biologico. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta "biologico" come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato dei prodotti bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Affari Italiani

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:28

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

affaritaliani.it
il primo quotidiano digitale, dal 1995

EAV: € 1.846
Utenti unici: 797.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni."Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta"."Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

Libero Quotidiano.it

EAV: € 1.820
Utenti unici: 768.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://www.liberoquotidiano.it/news/adnkronos/36826515/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-#...

liberoQuotidiano.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:23

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. Belen Rodriguez "inguaia" Mara Venier: la foto che scatena il caso La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

Libero Quotidiano.it

EAV: € 1.820
Utenti unici: 768.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. Belen Rodriguez "inguaia" Mara Venier: la foto che scatena il caso La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

iltempo.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:30

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. Sponsorizzato da La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

iltempo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.758
Utenti unici: 712.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. Sponsorizzato da La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

anconatoday.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.523
Utenti unici: 658.000

https://www.anconatoday.it/aziende/conmarchebio-marche-consorzio.html

Giornata europea per il bio: il consorzio festeggia con un progetto da 7 milioni

Il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF)

ANCONA - Proprio a ridosso della Giornata Europea per il Bio che cade domani, sabato 23 settembre, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

"Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'Assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini - Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica".

"A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di "Filiera ConMarcheBio', un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" commenta Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche.

Sarà quindi importante aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie, ma anche ai giovani per i quali la salute e la tutela dell'ambiente sono valori non più trascurabili. Il progetto prevede delle azioni promozionali specifiche, quali incontri con stampa e cittadinanza, ma anche campagne di informazione e di sensibilizzazione, giornate aperte a grandi e piccini e workshop.

Il Consorzio ad oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La SAU (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ilrestodelcarlino.it

Salviamo la Casciotta d'Urbino "No ai formaggi e ai cibi sintetici"

04/05/2023 09:54 - *PAOLO CESARETTI;*

Ieri al Vinitaly forum con il Consorzio di tutela. Paolo Cesaretti: "Una tradizione da difendere". Mirco Carloni (Commissione agricoltura): "I nuovi prodotti sono una menzogna e si uccidono animali". "No al formaggio sintetico, sì a quello tradizionale e garantito". Parte dalla provincia di Pesaro Urbino la crociata contro i prodotti "innovativi" dell'alimentazione e a difesa di quelli della tradizione garantiti anche dalla Dop. A farsene carico è il consorzio della Casciotta d'Urbino Dop che a pochi giorni da A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, ha organizzato un incontro sul tema al Vinitaly di Verona, dal titolo "La Bellezza è nel Gusto". "Il cibo sintetico – ha detto Mirco Carloni, presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati – oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali. E non è nemmeno più sostenibile. Il governo ha fatto bene a imporre il divieto, con il provvedimento approvato in Consiglio dei ministri, di vendere, importare, produrre e distribuire questo alimento. È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a ingannare il consumatore". Paolo Cesaretti, coordinatore del Consorzio tutela, ha quindi ricordato i valori della Casciotta, formaggio di origini

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

ilrestodelcarlino.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.484
Utenti unici: 630.000

Salviamo la Casciotta d'Urbino "No ai formaggi e ai cibi sintetici"

Ieri al Vinitaly forum con il Consorzio di tutela. Paolo Cesaretti: "Una tradizione da difendere". Mirco Carloni (Commissione agricoltura): "I nuovi prodotti sono una menzogna e si uccidono animali". "No al formaggio sintetico, sì a quello tradizionale e garantito". Parte dalla provincia di Pesaro Urbino la crociata contro i prodotti "innovativi" dell'alimentazione e a difesa di quelli della tradizione garantiti anche dalla Dop. A farsene carico è il consorzio della Casciotta d'Urbino Dop che a pochi giorni da A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, ha organizzato un incontro sul tema al Vinitaly di Verona, dal titolo "La Bellezza è nel Gusto". "Il cibo sintetico - ha detto Mirco Carloni, presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati - oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali. E non è nemmeno più sostenibile. Il governo ha fatto bene a imporre il divieto, con il provvedimento approvato in Consiglio dei ministri, di vendere, importare, produrre e distribuire questo alimento. È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a ingannare il consumatore". Paolo Cesaretti, coordinatore del Consorzio tutela, ha quindi ricordato i valori della Casciotta, formaggio di origini rinascimentali: "Una Casciotta d'Urbino Dop è molto più di un semplice alimento. Può suscitare emozioni, stupore, scoperta, raramente delusione. Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo". Per Tommaso Di Sante, presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, "il cibo è un bene prezioso e di tutti ed è legato alla storia e alla cultura di un paese. Sicuri che danneggerebbe l'economia e l'immagine del made in Italy nel mondo, con il rischio di monopolio da parte di alcune grandi industrie del settore, il cibo sintetico metterebbe a rischio anche la

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

salute dell'uomo, dato che non conosciamo con certezza gli effetti a lungo termine". Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, ha suscitato anche un altro allarme: "Bene prendere posizione contro la produzione delle carni sintetiche, contraria a un modello produttivo che è molto lontano dalla nostra cultura". E' intervenuta anche Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop: "L'Oliva Ascolana del Piceno Dop non ha nulla a che vedere con il cibo sintetico. E' un prodotto principe di un piatto della tradizione e mai potrà essere modificata introducendo nella ricetta fake - food". Davide Eusebi.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

headtopics.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.236
Utenti unici: 592.000

https://headtopics.com/it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea-43813356

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

25/05/2022

MARK UP

EAV: € 1.543
Utenti unici: 560.000

Argomento: Consorzio

https://www.mark-up.it/la-transizione-ecologica-secondo-marche-biologiche/

La transizione ecologica secondo Marche Biologiche

La transizione ecologica secondo Marche BiologichePassword
Nome utente o indirizzo email
Password
Ricordami
Sanzia Milesi - 25 Maggio 2022 Facebook Twitter Linkedin Pinterest WhatsApp Email Print

La filiera agroalimentare promossa dal Consorzio Marche Biologiche ha investito molto nel primo anello della filiera, nella fase agricola

È alta l'attenzione verso la transizione ecologica e digitale del sistema agricolo e non mancano diverse opportunità di finanziamento in questa direzione. Ad esempio, quelle dei fondi PNRR e PSR nelle Marche. Su questo e non solo, abbiamo posto alcune domande al Presidente del Consorzio Marche Biologiche, Francesco Torriani. Un Consorzio, nato nel 2010 con l'obiettivo di concentrare in unica filiera tutti i coltivatori biologici regionali, che rappresenta oggi un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno, grazie al lavoro di circa 300 imprese agricole dislocate sull'intero territorio regionale, tra cui alcune tra le principali cooperative della filiera cerealicola biologica, non solo marchigiana ma anche nazionale, come Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo.

Il riparo della filiera

I veri problemi si presentano sul versante degli aumenti vertiginosi dei costi energetici, che si riscontrano in parte nella fase della produzione della materia prima (carburanti, lubrificanti, fertilizzanti e mezzi tecnici in genere, anche se in misura minore rispetto a quelli usati in agricoltura convenzionale)

"La filiera agroalimentare promossa dal Consorzio Marche Biologiche ha investito molto in questi anni nel primo anello della filiera, nella cosiddetta "fase agricola", a

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

supporto delle aziende agricole che si convertivano al metodo biologico. Un supporto che si articola sia in servizi di assistenza tecnica e monitoraggio quantitativo e qualitativo delle colture, che in fornitura di semi e mezzi tecnici conformi al metodo biologico. Il tutto formalizzato in un contratto di filiera in cui si indicano le modalità con cui si determina il prezzo della materia prima conferita. Questo ha consentito alle cooperative socie del Consorzio Marche Biologiche di avere a disposizione la materia prima necessaria per la successiva trasformazione, senza dover ricorrere all'acquisto di materia prima biologica nel libero mercato, e contemporaneamente di avere un sistema di determinazione del prezzo che ha permesso di calmierare le forti oscillazioni".

Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche

L'invasione dell'Ucraina da parte della Russia e l'attuale impennata generalizzata dei prezzi dei prodotti di base pongono in primo piano, con la massima evidenza, il legame essenziale tra le politiche green (clima, ambiente, ecc.) e le politiche per la sicurezza alimentare.

"Tale legame è riconosciuto nell'accordo di Parigi ed è stato integrato nella nuova legislazione per una politica agricola comune (Regolamento (UE) 2021/2115) e nella strategia "Dal produttore al consumatore", al fine di garantire un approvvigionamento alimentare sufficiente a prezzi accessibili per tutti i cittadini, in qualsiasi situazione, mentre si opera la transizione verso sistemi alimentari sostenibili. In tale contesto di crisi geopolitica, climatica e ambientale, c'è chi prova a mettere in discussione le politiche che promuovono uno sviluppo sostenibile, ponendo in alternativa "la produttività" con "la sostenibilità", lasciando intendere che quando serve cibo, non si può essere sostenibili… Crediamo che tale approccio sia sbagliato e che anzi sia proprio in questo quadro di crisi che andrebbero rafforzate queste politiche, con misure capaci di rafforzare la resilienza del settore agricolo, di ridurre la dipendenza dai fertilizzanti sintetici e aumentare la produzione di energia rinnovabile senza compromettere la produzione alimentare, di trasformarne la capacità produttiva in linea con metodi di produzione più sostenibili. Da questo punto di vista l'innovazione, la ricerca e la digitalizzazione delle filiere agroalimentari dovranno svolgere un ruolo importante".

I contratti di filiera nazionali nell'ambito del PNRR

Il bando è appena uscito con una dotazione finanziaria decisamente importante: 1,2 miliardi di euro, di cui 300 milioni dedicati alle filiere biologiche. "I contratti di filiera rappresentano davvero una grande opportunità per strutturare le filiere su più versanti: investimenti strutturali (impianti di stoccaggio, trasformazione e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

distribuzione), interventi che vanno dall'implementazione degli schemi di certificazione fino alla promozione delle produzioni agroalimentari, investimenti su innovazione e ricerca che rivestono un ruolo particolarmente strategico".

Anche il bando di filiera regionale è in uscita, dovrebbe essere pubblicato entro fine maggio

Stiamo lavorando per una integrazione virtuosa tra i due strumenti messi a diposizione dalla politica agricola. Il bando regionale nell'ambito del PSR Marche, oltre a prevedere le misure già contenute nel bando nazionale del PNRR (investimenti strutturali, promozione e innovazione e ricerca), presenta delle misure particolarmente importanti per accompagnare la strutturazione delle filiere agroalimentari, ovvero le cosiddette misure per la "filiera delle competenze e conoscenze" e prevedono interventi per la formazione e l'informazione, oltre che progetti pilota e servizi di consulenza. Queste misure sono sempre più importanti per sostenere in maniera concreta la professionalizzazione del sistema agricolo regionale.

Ritiene che ci sia un buon supporto all'agribusiness da parte del settore bancario? Come è agevolato l'accesso al credito per le imprese agricole? "Credo che questa aspetto sia particolarmente importante per il processo di modernizzazione e professionalizzazione del sistema agricolo regionale. Come cooperazione agroalimentare regionale dovremmo attenzionare questo aspetto con la massima determinazione. Di recente abbiamo avviato un tavolo di lavoro con il Gruppo Iccrea e le relative BCC sparse sul territorio della nostra regione al fine di favorire la conoscenza, tra le cooperative e le aziende agricole biologiche, dei servizi bancari a supporto dell'agribusiness e quindi delle opportunità che il sistema agricolo regionale potrà cogliere utilizzando al meglio i finanziamenti messi a disposizione dal PNRR e PSR Marche".

Le direttrici di crescita

Di certo il quadro politico comunitario e nazionale in questo ultimo triennio è stato particolarmente favorevole per la transizione ecologica del sistema agricolo. Basti pensare al documento che detta la vision di riferimento del Green Deal Europeo (2019) . Poi nel 2020 vengono pubblicate la Strategia Farm to Fork e la Strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030.

Il 2021 è l'anno del Piano d'azione specifico per l'agricoltura biologica Eu e del Recovery Fund che viene approvato con l'obiettivo di rendere l'Europa più verde, più digitale e più resiliente. Nel luglio 2021 viene approvato in via definitiva il PNRR dell'Italia dove ci cono misure specifiche per l'intero l'agro-sistema italiano, con

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

delle risorse dedicate al biologico (300 milioni di euro nell'ambito dei Contratti di Filiera).
A dicembre 2021 viene inviato a Bruxelles il Piano Strategico Nazionale in cui si prevedono, nel primo pilastro, gli eco – schemi e, nel secondo pilastro, fondi sufficienti per raggiungere circa il 30% della SAU a biologico in Italia entro il 2030. Infine, lo scorso 2 marzo è stata approvata la legge nazionale sull'Agricoltura biologica. Questa carrellata di date e titoli di documenti per ribadire che l'obiettivo di raggiungere la transizione ecologica e digitale del sistema agricolo comunitario, nazionale e regionale è stato chiaramente indicato in termini politici. Il tema ora è di non fermarsi alla mera enunciazione degli obiettivi, ma attuare politiche concrete per accompagnare il sistema agricolo nazionale e regionale al raggiungimento di questi obiettivi.
Le questioni ineludibili
Il tema della transizione ecologica e digitale del sistema agricolo italiano pone alcune questioni ineludibili incentrate particolarmente su un punto: l'obiettivo nella politica agricola non può più essere l'azienda agricola singola, ma l'azienda agricola inserita in un sistema, sia esso una filiera e /o un distretto. E da questo punto di vista la cooperazione agroalimentare dovrà svolgere un ruolo trainante e non di retroguardia. "In merito all'innovazione e alla ricerca, dal nostro osservatorio gli ambiti da tenere monitorati sono quelli dell'Agroecologia: lo sviluppo e l'implementazione di sistemi colturali ad elevato grado di diversificazione, a ridotto livello di input, capaci di sostenere le produzioni e la loro qualità dei prodotti e di fornire servizi eco sistemici. Inoltre, il settore sementiero: la ricerca e la sperimentazione di sementi biologiche che siano rispondenti alle esigenze agronomiche, tecnologiche, nutraceutiche e sensoriali (Bio – Breeding)".
E ancora, i mezzi tecnici: produzione di nuovi agrofarmaci sempre più adeguati, sia per la difesa dalle crittogame (es. in sostituzione del rame, il cui utilizzo dovrà essere sistematicamente ridotto, oppure per il trattamento delle sementi, in particolare per le malattie fungine trasmissibili per seme) e dagli insetti (con un'attenzione particolare agli insetti alieni) che nella gestione della fertilità (fertilizzanti, ammendati e biostimolanti). Nonché una meccanizzazione sempre più adatta ad una agricoltura "conservativa" e digitalizzazione della filiera e delle singole aziende agricole, attraverso l'implementazione dei DSS, ovvero dei sistemi di supporto alle decisioni degli imprenditori agricoli.
Facebook Twitter Linkedin Pinterest WhatsApp Email Print
Inserisci il tuo commento Inserisci il tuo nome L'indirizzo email non è corretto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Inserisci il tuo indirizzo email

Salva il mio nome, email e sito web in questo browser per il mio prossimo commento.

Gli aggiornamenti sulle ultime innovazioni e trend, per gestire la trasformazione culturale in azienda e identificare nuove opportunità di business

Scopri il Digital Manager Club

CHI SIAMO Strumenti per il marketing e il retail SEGUICI

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://askanews.it/2023/10/04/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-dera#...

Askanews

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

10/04/2023 16:50

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda" Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere". "Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste". Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni". Tra i temi affrontati anche la

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda" Roma, 4 ott. (askanews) - Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere". "Abbiamo ribadito - ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani - la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste". Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni". Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei. Navigazione articoli.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

IL MATTINO.it

EAV: € 1.503
Utenti unici: 494.000

Argomento: Consorzio

https://www.ilmattino.it/ultimissime_adn/la_salute_del_pianeta_passa_dalla_tua_spesa_parte_campagna_bio_masaf_ismea-20230907171906.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: La salute del Pianeta passa dalla tua spesa . Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

Il biologico è per l Italia un settore strategico ha affermato il sottosegretario al ministero dell Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l obiettivo di promuovere una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta .

Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore ha chiosato il Commissario possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork .

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

newsrnd.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.350
Utenti unici: 480.000

https://newsrnd.com/life/2023-07-05-italian-organic-at-19--of-the-cultivated-soil--less-well-consumption.rkKdmzQYh.html

Italian organic at 19% of the cultivated soil, less well consumption

Highlights: The Italian organic has reached 19% of the cultivated areas, exceeding 2.3 million hectares. With a growth in 2022 of 7.5%, equal to almost double the rate of increase recorded in 2021. But consumption is not keeping pace: over 50% of Italian bars and almost 70% of restaurants that declared that they had proposed or used organic foods, drinks and raw materials in their culinary preparations during 2022. The long-awaited National Plan for organic production that will guide the sector towards the development objectives required by the European Farm to Fork strategy is now at the starting blocks. The Italian organic has reached 19% of the cultivated areas, exceeding 2.3 million hectares and thus getting closer and closer to the Community target of 25%, with a growth in 2022 of 7.5%, equal to almost double the rate of increase recorded in 2021. But consumption is not keeping up. (ANSA)

The Italian organic has reached 19% of the cultivated areas, exceeding 2.3 million hectares and thus getting closer and closer to the Community target of 25%, with a growth in 2022 of 7.5%, equal to almost double the rate of increase recorded in 2021. But consumption is not keeping pace: in this sense, more encouraging signs in the choices come instead from the first sample survey conducted at public establishments, with over 50% of Italian bars and almost 70% of restaurants that declared that they had proposed or used organic foods, drinks and raw materials in their culinary preparations during 2022.

This is what emerged from the work in L'Aquila of the national conference 'Appointment with the bio', promoted by Ismea.

During the event, the 'Bio in figures' Report, edited by Ismea and Ciheam of Bari,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

was presented in the presence of the authorities of the Ministry of Agriculture, Food Sovereignty and Forestry, the Abruzzo Region, the Municipality of L'Aquila and the Associations and Professional Organizations of the sector.
As evidenced by the latest data from the 'Bio in figures' Report, Italian organic farming is now launched towards the target of 25% of areas invested in organic waste, envisaged by the Farm to Fork Strategy by 2030, with six regions already exceeding this goal, Tuscany, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria and Sicily. At the same time, the number of operators (producers, processors and importers) continues its growth at a rather rapid pace, confirming Italy in first place in Europe for the number of certified organic farms and on the steps of the podium also for the extension of organic UAA.
2022 returns the image of a sector in turmoil, at the center of national and EU policies and investments by operators, but with consumption struggling to recover momentum. "Domestic spending, although recovering on a disappointing 2021 - explain Ismea - does not fully meet expectations, growing at a lower rate than the overall agri-food and wealth rate". The long-awaited National Plan for organic production that will guide the sector towards the development objectives required by the European Farm to Fork strategy and reiterated in the national law of 9 March 2022, is now at the starting blocks, it has in fact concluded the process of listening to the parties involved. "The sector - explain Ismea - will be able to count on a programmatic tool that aims to further enhance the offer and improve positioning, leveraging innovation, digitization, aggregation, administrative simplification and promotion".

Many interventions and technical contributions followed during the morning of work, which saw the introductory greetings of Emanuele Imprudente, vice president with delegation of Agriculture of the Abruzzo Region, Fabrizio Taranta, councilor for the environment, agriculture and territory of the municipality of L'Aquila and the conclusions entrusted to Livio Proietti, new extraordinary commissioner of Ismea, to the undersecretary of state at Masaf Luigi D'Eramo. The Minister of Agriculture, Food Sovereignty and Forestry, Francesco Lollobrigida intervened by video link.

The illustration of the main data of the Bio Report in figures was edited by Fabio Del Bravo, head of the Rural Development Services Department of Ismea, while Antonio Zinni, of the Agriculture Department of the Abruzzo Region presented the opportunities of the 'Abruzzo Rural Development Complement' for the development

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

of the organic sector and Pietro Gasparri - Director of the PQAI1 Office of Masaf, he presented the interventions of the National Action Plan for organic. Following the round table, moderated by Ermanno Comegna, which was attended by Maria Grazia Mammuccini president of FederBio, Nicoletta Maffini president of Assobio, Giuseppe Romano president AIAB, Francesco Torriani coordinator of the organic sector Alliance of Italian Agri-Food Cooperatives, Giuseppe De Noia president Cia -Anabio, Maria Letizia Gardoni president Coldiretti-Bio and Erminio Pensa president of Giovani Confagricoltura Aquila.

BIO IN FIGURES REPORT - In 2022 the Italian organic surface exceeded 2.3 million hectares, showing a growth of 7.5%, almost double the rate of increase recorded in 2021. Since 2010, the extension of organic crops has more than doubled (+111% equal to over 1.2 million ha), reaching today almost 19% of the total usable agricultural area surveyed by Istat, a few points away from the threshold of 25% indicated by the Farm to Fork Strategy as a goal by 2030.

To date, six regions have already exceeded this target: Tuscany, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria and Sicily.

56% of the organic UAA is concentrated in 5 regions: in order Sicily and Puglia, which return to double-digit growth on 2021 (respectively + 22.5% and + 11.9%), Tuscany, which slows down after the exploit of 2021 settling on a + 1.7% increase, finally Calabria in slight decrease (-1.8%) followed by Emilia-Romagna (+ 5.3% compared to 2021). Looking at the dynamics of the other Italian regions, organic UAA increases: in the Autonomous Province of Trento (+43.4%), Liguria (+19.9%), Sardinia (14.0%), the Autonomous Province of Bolzano (+10.1%), Lombardy (+7.1%), Piedmont (6.0%), Lazio (5.6%), Marche (+4.3%), Valle d'Aosta (+4.0%) and Campania (+1.5%). The surfaces remain almost stable in Veneto while there are decreases, between 2% and 5%, in Basilicata, Umbria, Friuli-Venezia Giulia and Molise. Abruzzo sees its certified organic area increase to 61,332 ha in 2022, with an incidence more than doubled in the last 12 years and now close to 15%.

SECTORS - Among arable crops, which represent the main destination of organic UAA, with an incidence of more than 40%, industrial crops (+18.1%), fodder (+2%)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

and the cereal sector (+5.1%) advance, driven by greater investments in durum wheat, soft wheat, barley and oats. On the contrary, vegetables decreased, albeit slightly, (-0.4%), while the growth trend for permanent crops continues (+9.0%), thanks in particular to the increases in almond groves, citrus groves, oil olive groves, hazelnut groves and vineyards. The year also ended positively for meadows and pastures (+14.3% surfaces) and for the organic livestock sector, which saw an increase in the number of animals in each type of farm. Significant increases in stocks in cattle (10.5%), pigs (+121%), poultry (16.9%) and goats (7.3%), with sheep, the only voice out of the chorus, losing 1.4% of the heads.

Among the main production guidelines of Abruzzo worthy of note are the organic cultivation of wine vines and olive oil, which represent respectively 21% of the regional vineyard area and 12% of the regional olive grove. Certified organic operators With regard to certified organic operators, the data indicate an increase of over 7% compared to 2021, thanks to the 6,655 new entries in the certification system that ferry 2 the total number of organic producers, preparers and importers over 92 thousand units. Looking more specifically at the data of Abruzzo, since 2010 the number of organic operators has practically doubled, reaching 2022,2 units in 374. It is interesting to highlight how 54.8% of organic operators are dedicated to organic winemaking, a strategic and valuable sector of the regional economy.

On a more general level, the increase in the number of companies involved in the various phases of the organic supply chain is a confirmation of the great vitality of the sector, despite the many uncertainties that have studded the last few years, including pandemic emergency and record increases in production costs. To grow are above all the exclusive national producers, which include companies with activities dedicated to the cultivation of the agricultural fund, which have reached 68,605 units (+10.1% on 2021). In 2022, organic farms represent 7.3% of total farms but have an average size of almost three times that of the conventional farm (28.4 hectares vs 11 hectares. The increase in producers/preparers (+3.6%) to 13,998 units was also significant, while importers increased by half a percentage point and exclusive preparers fell by 0.5%%, interrupting the long-term positive trend. Consumption of organic products With regard to the dynamics of household food spending, after the excellent performance in 2020 (+9.5%), supported by the domestic confinement caused by the lockdown, and the setback recorded for the first time in 2021 (-4.6%), 2022 signals a moderate recovery in organic consumption,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

which does not meet the expectations of the players in the sector. With 3.66 billion euros, the domestic market for organic food grew by only 0.5%, a rate far from that of the total agri-food (+6.4%), and from that of agri-food price inflation equal to 2022.9% in 1. As a result of these dynamics, the incidence of organic sales on total food expenditure decreased, falling to 3.6% from 3.9% in 2021. In a context of substantial stagnation, however, it should be noted the positive trend of some product categories such as, for example, that of fresh eggs (+6.8%), fish products (+3.1%) and fresh and processed meat (+3.7%), while spending continues to slow, as in 2021, in sectors where organic is more represented, for example in fruit and vegetables (-2.8%) and cereal derivatives (-3.4%). Finally, there was a significant drop in purchases of organic wine and sparkling wines compared to 2021 (-3.7%), a decline linked to the strong recovery in consumption outside the home. Last year, the extra-domestic consumption of organic food was the subject of the first qualitative survey conducted at a sample of 1,126 Italian bars and 864 restaurants, which provided very encouraging results regarding the presence of organic food in the menus of public establishments and the degree of awareness of operators. More than half of bars (54.4%) and more than two-thirds of restaurants (68.4%) said they had proposed or used organic food, beverages and raw materials in their culinary preparations during 2022.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

ilgazzettino.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.448
Utenti unici: 454.000

https://www.ilgazzettino.it/ultimissime_adn/la_salute_del_pianeta_passa_dalla_tua_spesa_parte_campagna_bio_masaf_ismea-20230907171906.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: La salute del Pianeta passa dalla tua spesa . Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

Il biologico è per l Italia un settore strategico ha affermato il sottosegretario al ministero dell Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D Eramo -. Il nostro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta .

Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore ha chiosato il Commissario possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork .

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

lagazzettadelmezzogiorno.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.371
Utenti unici: 400.000

https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/breaking-news/1423355/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/03/2023

corriereadriatico.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.121
Utenti unici: 388.000

https://www.corriereadriatico.it/marche/marche_vinitaly_dal_2_al_5_aprile_100_cantine_marchigiane_in_vetrina_ecco_programma-7315950.html

Vinitaly, in vetrina 100 cantine marchigiane tra degustazione ed incontri: ecco il programma

ANCONA - Con 100 cantine (delle quali 49 con la collettiva sostenuta dalla Regione e oltre 200 etichette, tutte con la descrizione dei profili sensoriali), le Marche del vino saranno presenti alla 55ª edizione di Vinitaly, in programma a Verona dal 2 al 5 aprile prossimi.

Nello spazio coordinato dalla Regione Marche, su oltre 1.000 metri quadrati nel Padiglione 7 (stand C7-8-9) di Veronafiere, organizzati con un nuovo layout e la "Terrazza Marche" per ospitare degustazioni ed eventi, grande attenzione sarà assicurata al tema dell'enoturismo quale strumento innovativo di attrazione nelle cantine, ma anche nei centri storici dei borghi delle Marche, con la presentazione di una ricerca dell'Università Bocconi (domenica 2 aprile, ore 12:45, alla presenza fra gli altri del presidente della Regione Marche, Francesco Acquaroli, dell'assessore all'Agricoltura, Andrea Maria Antonini, della professoressa Magda Antonioli Corigliano della Sda Bocconi School of Management, del direttore di Atim (Agenzia regionale per il turismo e l'internazionalizzazione delle Marche) Marco Bruschini, del presidente Consorzio Vini Piceni Giorgio Savini, del presidente Istituto Marchigiano di Tutela Vini Michele Bernetti).

Focus anche sull'export (con incontri specifici allo stand regionale delle Marche organizzati in collaborazione con Ice-Trade Agency e dedicati ai buyer provenienti da Regno Unito, Portogallo, Cina, Austria, Paesi Bassi, Francia, Svizzera e Canada).

Le Marche del vino, con circa 14.200 imprese attive nel settore, quasi 18.000 ettari di superficie coltivata (con un'incidenza del 39,5% di superfici coltivate in regime biologico) e oltre 800.000 ettolitri di produzione annua, si avvicinano al 55° Vinitaly con un'annata particolarmente positiva sul fronte dell'export, grazie a una crescita in valore delle esportazioni enologiche marchigiane del 25,9% nel 2022, per un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

corrispettivo di oltre 75,6 milioni di euro.
«Il vino – dichiara l'assessore regionale all'Agricoltura, Andrea Maria Antonini - è sempre più decisivo per la bilancia agroalimentare marchigiana, grazie a una qualità certificata da 21 denominazioni di origine e un forte orientamento al biologico. Con la legge regionale sull'enoturismo, inoltre, daremo corso a un nuovo progetto che rivoluzionerà l'incoming nelle Marche e punterà a integrare l'offerta turistica della regione». Ad oggi sono una cinquantina le aziende che stanno completando la procedura di iscrizione nell'Elenco regionale degli operatori enoturistici ("Eroe") e altrettante le aziende che hanno avviato il percorso, ai sensi della legge regionale 28/2021.
Riflettori accesi anche sui "I giovani wine food lover e le Marche". I risultati dell'indagine promossa dall'Associazione nazionale Donne del Vino e condotta dal prof. Gabriele Micozzi, docente all'Università Politecnica delle Marche e alla Luiss Business School, saranno illustrati domenica 2 aprile (ore 15, Terrazza Marche, padiglione 7) alla presenza fra gli altri dell'assessore regionale all'Agricoltura, Andrea Maria Antonini, di Daniela Sorana, delegata per le Marche delle Donne del Vino, di Marianna Cardone, vicepresidente nazionale dell'Associazione Donne del Vino. L'incontro sarà moderato dalla winemaker Eleonora Marconi.
Le Marche rappresentano uno dei principali hub sostenibili in Italia, con un'incidenza biologica sul vigneto che ha raggiunto il 39,5% delle superfici, pari a 6.991 ettari su un totale vitato di 17.687 ettari (anno 2022/23, fonte: Regione Marche, Assessorato all'Agricoltura), seconda nel Belpaese solo alla Toscana e doppiando di fatto anche la media italiana. Nell'area delle province di Ascoli e Fermo la percentuale delle superfici in regime "organic" ha raggiunto il 46,35%, con 3.849 ettari su un totale provinciale vitato di 8.305.
Una propensione green registrata anche dalla costituzione del distretto biologico unico della Regione che punta a sviluppare la più grande area europea attenta allo sviluppo di una pratica sostenibile e alla salute dei consumatori.
E di "Vino sostenibile come volano del distretto dei prodotti certificati" si parlerà in Terrazza Marche lunedì 3 aprile (ore 13:45) con l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini, il presidente dell'Istituto Marchigiano di Tutela Vini Michele Bernetti, il presidente del Consorzio Vini Piceni Giorgio Savini, la professoressa Elena Viganò, economista agraria dell'Università di Urbino, Gloria Minarelli di Valoritalia, il presidente di Amap (Agenzia regionale per l'Innovazione nel settore agroalimentare e della pesca) Marco Rotoni, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Bruno Sebastianelli.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Il Vinitaly per la Regione Marche sarà anche una vetrina per progetti innovativi di agricoltura sociale, dalla Locanda del Terzo Settore Centimetro Zero di Pagliare del Tronto (Ascoli) gestita da persone con disabilità alle etichette scritte in braille per i non vedenti e adottate dalla cantina Castrum Morisci di Moresco (Fermo). Appuntamento alla Terrazza Marche lunedì 3 aprile alle 11.

La Regione Marche sarà presente anche al salone Sol&Agrifood (padiglione C di Veronafiere), grazie alla collaborazione con l'Agenzia per l'innovazione nel settore agroalimentare e della pesca (Amap) e dell'Associazione Produttori Agroalimentari Marche – Food Brand Marche. Saranno circa 10 le aziende rappresentate nei settori dell'olio (l'oliveto marchigiano si estende su circa 9.500 ettari e vanta una Dop, quella dell'olio di Cartoceto, e l'Igp Marche, e conta 214 frantoi attivi), della pasta, dei formaggi, dei salumi, capitanati dai consorzi della Casciotta di Urbino e del Prosciutto di Carpegna.

Fra le degustazioni guidate organizzate a Sol&Agrifood e dedicate agli oli monovarietali delle Marche, al Ciauscolo Igp e alla Patata di Colfiorito, spazio agli itinerari della biodiversità agraria regionale e al futuro del distretto Food Brand Marche.

Ancora bio nel ricco programma regionale con un approfondimento dedicato al "Biologico nelle Marche – L'esperienza del Distretto", in programma martedì 4 aprile (ore 16, Sol, padiglione C, Saletta Regione Marche Amap), e con la partecipazione, fra gli altri, di Fausto Ricci di Amap, responsabile Valorizzazione produzioni agricole, e di Giovanni Battista Girolomoni, presidente del Distretto Biologico delle Marche.

La regione Marche si caratterizza con una prevalenza di vini bianchi e, tra questi spicca il Verdicchio dei Castelli di Jesi con oltre 134.600 ettolitri prodotti; altrettanto importante la presenza di rossi, a partire dal Rosso Piceno, con oltre 64.000 ettolitri.

Sono 21 le denominazioni del vino delle Marche. Di queste, 5 Docg (Conero, Vernaccia di Serrapetrona, Castelli di Jesi Verdicchio Riserva, Verdicchio di Matelica Riserva, Offida), 15 Doc (Rosso Conero, Verdicchio di Matelica, Rosso Piceno, Verdicchio dei Castelli di Jesi, Bianchello del Metauro, Colli Pesaresi, Colli Maceratesi, Falerio, Lacrima di Morro d'Alba, Esino, Terre di Offida, Serrapetrona, I Terreni di Sanseverino, Pergola, San Ginesio), 1 Igt (Marche).

TUTTO IL PROGRAMMA

Domenica 2 aprile 2023

Ore 12.45 - 14.45

L'Enoturismo delle Marche: la nuova sfida per la nostra Regione

Introduce: Andrea Maria Antonini – Assessore all'Agricoltura Regione Marche

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Francesco Acquaroli – Presidente Regione Marche
Magda Antonioli Corigliano - Senior Professor SDA Bocconi School of Management
Marco Bruschini – Direttore ATIM
Giorgio Savini – Presidente Consorzio Vini Piceni
Michele Bernetti – Presidente Istituto Marchigiano di Tutela Vini
Moderatore – Giorgio dell'Orefice - Il sole 24 ore
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala “Terrazza Marche”)
Ore 14.30 - 15.30
Incoming Vinitaly 2023 in collaborazione con Italian Trade Agency
I vini delle Marche incontrano l’Europa Occidentale (UK, Portogallo)
Andrea Maria Antonini – Assessore all’Agricoltura Regione Marche
Giambattista Marchetto – Giornalista VinoNews24
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala “Raffaello” – Stand Regione Marche)
Ore 15.00 - 16.00
I Giovani wine food lover e le Marche
Andrea Maria Antonini – Assessore all’Agricoltura Regione Marche
Daniela Sorana – Delegata Marche Associazione Nazionale Donne del Vino
Marianna Cardone – Vice Presidente Nazionale Associazione Donne del vino
Marzia Varvaglione – Produttrice
Gabriele Micozzi – Presidente Marketing Associati e Docente Università Politecnica delle Marche e della Luiss Businnes School
Agnese Testadiferro – Giornalistya e Donna del Vino delle Marche
Moderatore – Eleonora Marconi – Winemaker
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala “Terrazza Marche” Stand Regione Marche)
Ore 16.30 - 17.30
Consegna Premio “Benemerito della Viticoltura 2023”
Intitolato ad Angelo Betti
(Ristorante d’Autore – Palaexpo)

_____

Degustazioni guidate:
Ore 11.00 - 12.00 - Gli Oli monovarietali delle Marche
Degustazione guidata da Barbara Alfei (Capo panel Marche) e Donatella Di Sebastiano
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 16.00 - 17.00 - Le Marche – un trampolino di lancio per la valorizzazione degli oli monovarietali

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Barbara Alfei – AMAP, Capo panel Marche
(EVOO Bar – Pad. C)
Ore 12.30 – 13.00 - Gli itinerari della biodiversità agraria nelle Marche
Andrea Bordoni – Direttore AMAP
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 14.00 – 15.00 - Il Ciauscolo IGP
Andrea Bordoni – Direttore AMAP
Valeria Belelli – AMAP, Responsabile Gestione della certificazione e coordinamento delle attività
ispettive
Lorenzo Moretti – AMAP, Autorità Pubblica di Controllo
Lunedì 3 aprile 2023
Ore 10.00 - 11.00
Incoming Vinitaly 2023 in collaborazione con Italian Trade Agency
I vini delle Marche incontrano l'Asia (Cina)
Francesca Severini – Dirigente Settore Competitività delle Imprese SDA MC – Regione Marche
Giambattista Marchetto – Giornalista VinoNews24
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala "Raffaello" – Stand Regione Marche)
Ore 10.00 - 11.00
Incoming Vinitaly 2023 in collaborazione con Italian Trade Agency
I vini delle Marche incontrano l'Europa Centrale (Austria, Paesi Bassi, Francia e Svizzera) "walk around"
Francesca Severini – Dirigente Settore Competitività delle Imprese SDA MC – Regione Marche
Eleonora Marconi - Winemaker
(Vinitaly – Pad. 7 - "Terrazza Marche" – Stand Regione Marche)
Ore 10.00 - 11.00
Gli oli della Biodiversità agraria delle Marche
Andrea Bordoni – Direttore AMAP
Barbara Alfei – AMAP, Capo panel Marche
Donatella Di Sebastiano - AMAP
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 11.00 - 12.00
L'agricoltura sociale nelle Marche
Simona Marconi – Coordinatore Ambito Territoriale Sociale n. 21

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Roberta D'Emidio – Locanda del Terzo Settore centimetro0
Luca Renzi - Cantina Castrum Morisci di Moresco (FM)
Rappresentanza Istituti Penitenziari di Ancona
Andrea Maria Antonini – Assessore all'Agricoltura Regione Marche
Moderatore - Roberto Luciani - Dirigente Settore Agroambiente SDA AN – Regione Marche
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala "Terrazza Marche")
Ore 12.00 - 13.00
Il Ciauscolo e la Patata di Colfiorito IGP
Andrea Bordoni – Direttore AMAP
Valeria Belelli – AMAP, Responsabile Gestione della certificazione e coordinamento delle attività
ispettive
Lorenzo Moretti – AMAP, Autorità Pubblica di Controllo
Emanuele Pedica - Agricolfiorito S.S., Serravalle di Chienti
Vitali Giuseppe – Re Norcino, San Ginesio
Elisa Scendoni – Consigliere AMAP - Conclusioni
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche - AMAP)
Ore 12.30 - 13.30
I Vini Piceni si fanno spazio nell'HO.RE.CA.
Marco Simoncini - Società Metrica s.r.l.
Giorgio Savini - Presidente Consorzio Vini Piceni
Andrea Maria Antonini - Assessore Agricoltura Regione Marche
Moderatore: giornalista RADIO RAI
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala "Terrazza Marche")
Ore 13.45 - 14.45
Il vino sostenibile come volano del distretto dei prodotti certificati
Michele Bernetti – Presidente Istituto Marchigiano di Tutela Vini
Giorgio Savini – Presidente Consorzio Vini Piceni
Elena Viganò – Università degli studi di Urbino Carlo Bo
Gloria Minarelli – Valoritalia
Marco Rotoni – Presidente AMAP
Bruno Sebastianelli – Presidente Consorzio Marche Biologiche
Andrea Maria Antonini – Assessore all'Agricoltura Regione Marche
Moderatore – Gianbattista Marchetto - Giornalista VinoNews24
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala "Terrazza Marche")

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ore 15.30 - 16.30
Olio Marche IGP
Marco Rotoni – Presidente AMAP
Ugo Agostini – Presidente Consorzio Olio Marche IGT
Valeria Belelli – AMAP, Responsabile Gestione della certificazione e coordinamento delle attività
ispettive
Lorenzo Moretti – AMAP, Autorità Pubblica di Controllo
Barbara Alfei – Donatella Di Sebastiano – AMAP - Panel Regionale Marche
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Martedì 4 aprile 2023
Ore 10.00 - 11.00
Incoming Vinitaly 2023 in collaborazione con Italian Trade Agency
I vini delle Marche incontrano il Nord America (Canada)
Francesca Severini – Dirigente Settore Competitività delle Imprese SDA MC – Regione Marche
Giambattista Marchetto – Giornalista VinoNews24
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala “Raffaello” – Stand Regione Marche)
Ore 10.00 - 11.00
Presentazione 20° Rassegna Nazionale degli oli monovarietali
Fausto Ricci – AMAP, Responsabile Valorizzazione produzioni agricole, ittiche, forestali,
biodiversità agraria, sistema della conoscenza e rete delle agenzie
Barbara Alfei – AMAP, Capo panel Marche
Donatella Di Sebastiano - AMAP
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 10.00 - 11.00
Il futuro del vino sostenibile: il caso IMT in Italia
Michele Bernetti – Presidente Istituto Marchigiano Tutela Vini (IMT)
Sandra Furlan – Responsabile Ricerca e Sviluppo Valoritalia
Evita Gandini – Nomisma
Alberto Maria Alessandrini – Consigliere AMAP
On. Mirco Carloni – Presidente Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati
Modera – Giorgio Dell'orefice - Il sole 24 ore
(Vinitaly – Pad. 7 - Sala “Terrazza Marche”)
Ore 12.00 - 13.00

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Gli itinerari della biodiversità agraria nelle Marche
Renato Frontini – Vice Presidente AMAP
Fausto Ricci – AMAP, Responsabile Valorizzazione produzioni agricole, ittiche, forestali,
biodiversità agraria, sistema della conoscenza e rete delle agenzie
Ambra Micheletti – AMAP, Progetto Biodiversità AMAP
Luca Tombesi - NEXMA
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 13.15 - 14.15
Prodotti DOP, BIO e cibo sintetico
Francesco Torriani – Presidente Consorzio Marche Biologiche
Paolo Cesaretti – Cooperlat
Tommaso Di Sante - Presidente Coldiretti Provincia di Pesaro/Urbino
On. Mirco Carloni – Presidente Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati
Fausto Ricci – AMAP, Responsabile Valorizzazione produzioni agricole, ittiche, forestali,
biodiversità agraria, sistema della conoscenza e rete delle agenzie
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 15.30 - 16.30
Il distretto Food Brand Marche: certificazioni e sostenibilità per un futuro migliore
Antonio Centocanti – Presidente Distretto del cibo Food Brand Marche
Marco Rotoni – Presidente Agenzia per l'innovazione nel settore Agroalimentare e della pesca
"Marche Agricoltura e Pesca (AMAP Marche)
Fabio Musso – Università degli studi di Urbino Carlo Bo
Francesco Torriani – Presidente Consorzio Marche Biologiche
Giuseppe Liberatore – Direttore Generale Valoritalia
On. Mirco Carloni – Presidente Commissione Agricoltura della Camera dei Deputati
Modera – Gianbattista Marchetto - Giornalista VinoNews24
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Ore 16.00 - 17.00
Il Biologico delle Marche – L'esperienza del Distretto
Fausto Ricci – AMAP, Responsabile Valorizzazione produzioni agricole, ittiche, forestali,
biodiversità agraria, sistema della conoscenza e rete delle agenzie
Giovanni Battista Girolomoni – Presidente Distretto Biologico delle Marche

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Donatella Di Sebastiano - AMAP
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)
Mercoledì 5 aprile 2023
Ore 11.30 - 12.30
Tartufo: percorsi di valorizzazione
Fausto Ricci – AMAP, Responsabile Valorizzazione produzioni agricole, ittiche, forestali,
biodiversità agraria, sistema della conoscenza e rete delle agenzie
Cristiano Peroni – Centro Tartuficoltura di Amandola (FM) – AMAP
Alberto Mazzoni – Direttore Istituto Marchigiano di Enogastronomia
(SOL- Pad. C - Saletta Regione Marche-AMAP)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

25/03/2023

corriereadriatico.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 999
Utenti unici: 388.000

https://www.corriereadriatico.it/marche/bio_marche_smart_progetto_si_riparte_montefelcino-7310143.html

Il bio marchigiano ancora più smart, presentato il progetto Si-Riparte

MONTEFELCINO - Il bio delle Marche ancora più smart. Presentato il progetto "Si-riparte". Tecnologie digitali per rendere più competitive le imprese della filiera cerealicola. Un'iniziativa condotta nell'ambito del PSR Marche dalla cooperativa Montebello insieme con il Consorzio Marche Biologiche, Univpm e Apra

La presentazione

È stato presentato ieri a Montefelcino il progetto "SI–RIPARTE", che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all'impiego di tecnologie digitali. Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l'Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra - Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L'iniziativa rientra nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 - Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura.

Tecnologia semplice

«Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche - investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni». Nell'ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l'obiettivo di estendere l'applicazione ad un bacino più ampio. Questi interventi hanno l'ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale «garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica».

Programmazione

Il convegno è stato anche un'occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l'assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l'accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge "Gioventù agricola" che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio. All'evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche. Il progetto "SI–RIPARTE" (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l'integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

newsrnd.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.083
Utenti unici: 368.000

https://newsrnd.com/life/2023-09-22-23-september-is-european-organic-day---agricultural-world.Bkbnpa_jJT.html

23 September is European Organic Day - Agricultural World

Highlights: 23 September is European Organic Day - Agricultural World. Francesco Torriani, Coordinator of the organic sector of Alleanza cooperative Agroalimentari. "The programming of the agricultural policy 2023/2027 has two fundamental objectives: increasing the competitiveness of companies through greater market orientation and improving the position of farmers in the value chain", he says.Alleanza has over 5,000 agri-food cooperatives, 800,000 producer members, 93,000 employees and turnover of 34.5 billion euros. "The financial resources provided for organic farming within the PNRR, the Regional Development Plans and the National Funds dedicated to organic farming are made available to the supply chains, which constitute the most effective model of real integration. (ANSA)

- "The financial resources provided for organic farming within the PNRR, the Regional Development Plans and the national funds dedicated to organic are made available to the supply chains, which constitute the most effective model of real integration between production, processing and marketing". This is the appeal launched by Francesco Torriani, Coordinator of the organic sector of Alleanza cooperative Agroalimentari on the European Organic Day which is celebrated on 23 September.

"The programming of the agricultural policy 2023/2027 - argues Torriani - has two fundamental objectives: increasing the competitiveness of companies through greater market orientation and improving the position of farmers in the value chain. Objectives that can only be pursued through political choices that tend with determination to build "efficient" supply chains capable of bringing quality organic products to the market at competitive costs".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Alleanza cooperative agroalimentari has over 5,000 agri-food cooperatives, 800,000 producer members, 93,000 employees, for a turnover of 34.5 billion euros, equal to 25% of the value of Italian agri-food production.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

GIORNALE DI SICILIA

EAV: € 865
Utenti unici: 361.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://gds.it/speciali/terra-e-gusto/2023/07/05/vendite-bio-in-calo-rispetto-alla-spesa-n#...

giornaledisicilia.it

Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6%

07/05/2023 21:01

(ANSA) - ROMA, 05 LUG - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6% e "rendono impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda". Lo ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, intervenendo al convegno Appuntamento con il 'Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale. Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche". Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Dalla rilevazione Ismea, le aziende agricole biologiche risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa - commenta Torriani - secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda. Le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

GIORNALE DI SICILIA

EAV: € 865
Utenti unici: 361.000

Argomento: Consorzio

Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6%

(ANSA) - ROMA, 05 LUG - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6% e "rendono impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda". Lo ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, intervenendo al convegno Appuntamento con il 'Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale. Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche". Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Dalla rilevazione Ismea, le aziende agricole biologiche risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa - commenta Torriani - secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda. Le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

convenzionali". (ANSA).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

10/03/2023

WineNews

EAV: € 869
Utenti unici: 338.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://winenews.it/it/biologico-il-30-del-fatturato-del-settore-arriva-dalle-cooperative-#...

WineNews

Biologico: il 30% del fatturato del settore arriva dalle cooperative, per un valore di 2,8 miliardi

03/10/2023 13:40

Secondo il 30% delle imprese la domanda di prodotti bio tenderà ad aumentare. Sottoscritto un protocollo di intesa con Ismea per lo studio del mercato Il 30% del valore - pari a 2,8 miliardi su 8 complessivi nel 2021 - dell'intero settore biologico italiano arriva dalle cooperative, secondo gli ultimi dati Ismea. Più di una 1 su 4 delle 4.300 aderenti ad Alleanza Cooperative produce biologico: su 4.000 cooperative sono oltre 700 le aziende registrate come operatori biologici nel Sistema Informativo Agricolo Nazionale (Sian). Emerge al convegno "A tavola con il biologico", organizzato, nei giorni scorsi, a Roma, da Alleanza Cooperative Agroalimentare. Secondo un'indagine, il 23% delle cooperative attive nella produzione biologica sono biologiche al 100%. Inoltre, in 3 cooperative su 10 tra quelle attive nel biologico, la produzione bio supera il 50% del totale. L'indagine congiunturale, realizzata a febbraio 2023, ha, inoltre, evidenziato come il sentiment di mercato nel segmento biologico sia di segno positivo: nonostante il clima di profonda incertezza, il surriscaldamento dei prezzi delle materie prime, l'inflazione e le crisi geopolitiche si segnala un saldo positivo nei giudizi dei cooperatori. Secondo il 30% delle cooperative biologiche interpellate, la domanda di prodotti biologici tenderà ad aumentare sul 2022, sarà invece tendenzialmente stazionaria per il 51%. Per il 26% del campione anche il fatturato è previsto in crescita, peraltro non sostenuto dall'aumento dei prezzi di vendita. Il coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative, Francesco Torriani ha commentato come "la crescita della cooperazione nel settore biologico è una buona notizia: il binomio tra cooperazione e biologico ha davvero le

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

10/03/2023

WineNews

EAV: € 869
Utenti unici: 338.000

Argomento: Consorzio

Biologico: il 30% del fatturato del settore arriva dalle cooperative, per un valore di 2,8 miliardi

Secondo il 30% delle imprese la domanda di prodotti bio tenderà ad aumentare. Sottoscritto un protocollo di intesa con Ismea per lo studio del mercato Il 30% del valore - pari a 2,8 miliardi su 8 complessivi nel 2021 - dell'intero settore biologico italiano arriva dalle cooperative, secondo gli ultimi dati Ismea. Più di una 1 su 4 delle 4.300 aderenti ad Alleanza Cooperative produce biologico: su 4.000 cooperative sono oltre 700 le aziende registrate come operatori biologici nel Sistema Informativo Agricolo Nazionale (Sian). Emerge al convegno "A tavola con il biologico", organizzato, nei giorni scorsi, a Roma, da Alleanza Cooperative Agroalimentare. Secondo un'indagine, il 23% delle cooperative attive nella produzione biologica sono biologiche al 100%. Inoltre, in 3 cooperative su 10 tra quelle attive nel biologico, la produzione bio supera il 50% del totale. L'indagine congiunturale, realizzata a febbraio 2023, ha, inoltre, evidenziato come il sentiment di mercato nel segmento biologico sia di segno positivo: nonostante il clima di profonda incertezza, il surriscaldamento dei prezzi delle materie prime, l'inflazione e le crisi geopolitiche si segnala un saldo positivo nei giudizi dei cooperatori. Secondo il 30% delle cooperative biologiche interpellate, la domanda di prodotti biologici tenderà ad aumentare sul 2022, sarà invece tendenzialmente stazionaria per il 51%. Per il 26% del campione anche il fatturato è previsto in crescita, peraltro non sostenuto dall'aumento dei prezzi di vendita. Il coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative, Francesco Torriani ha commentato come "la crescita della cooperazione nel settore biologico è una buona notizia: il binomio tra cooperazione e biologico ha davvero le caratteristiche per essere un binomio virtuoso per lo sviluppo della nostra agricoltura, in coerenza con gli obiettivi della nuova Politica Agricola e del Green deal europeo". Torriani ha anche evidenziato come la cooperazione biologica abbia "la capacità di tenere assieme le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile in maniera virtuosa e integrata lungo tutta la filiera, dalla

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

produzione agricola allo stoccaggio, dalla trasformazione alla commercializzazione, fino alla distribuzione finale del cibo". L'Alleanza Cooperative ha anche annunciato la firma di un protocollo di intesa con Ismea, finalizzato ad approfondire la conoscenza delle dinamiche di mercato delle diverse produzioni del comparto biologico cooperativo, attraverso l'analisi dei dati strutturali del comparto e l'organizzazione di eventi e attività di comunicazione relative alle analisi realizzate. Analizzando alcuni dei dati sui bilanci 2021 di 500 cooperative biologiche contenuti in un'indagine presentata da Ismea, il presidente Alleanza Cooperative Agroalimentari, Carlo Piccinini ha evidenziato come "il dato relativo all'incremento dei costi sicuramente ad una prima lettura sembra sia rilevante, tuttavia si tratta di un dato che occorre leggere con attenzione, poiché dimostra come l'obiettivo delle cooperative sia di massimizzare il valore dei prodotti conferiti dai soci".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

lanuovasardegna.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:25

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lanuovasardegna.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.272
Utenti unici: 338.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". La Nuova @ Scuola.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

giornaletrentino.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 755
Utenti unici: 309.000

https://www.giornaletrentino.it/terra-e-gusto/vendite-bio-in-calo-rispetto-alla-spesa-nel-2022-da-3-9-a-3-6-1.3538110

Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6% - Terra e Gusto

(ANSA) - ROMA, 05 LUG - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6% e "rendono impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda". Lo ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, intervenendo al convegno Appuntamento con il 'Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale.

Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche".

Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Dalla rilevazione Ismea, le aziende agricole biologiche risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa - commenta Torriani - secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda. Le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende convenzionali". (ANSA).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

altoadige.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 740
Utenti unici: 302.000

https://www.altoadige.it/terra-e-gusto/vendite-bio-in-calo-rispetto-alla-spesa-nel-2022-da-3-9-a-3-6-1.3538110

Vendite bio in calo rispetto alla spesa, nel 2022 da 3,9% a 3,6% - Terra e Gusto

(ANSA) - ROMA, 05 LUG - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6% e "rendono impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda". Lo ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, intervenendo al convegno Appuntamento con il 'Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale.

Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche".

Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Dalla rilevazione Ismea, le aziende agricole biologiche risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa - commenta Torriani - secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda. Le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende convenzionali". (ANSA).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

lasicilia.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

LA SICILIA

09/07/2023 17:28

Roma, 7 set. Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore racchiuso in una call to action

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lasicilia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.186
Utenti unici: 288.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

LEGGO

EAV: € 1.173
Utenti unici: 280.000

Argomento: Consorzio

https://www.leggo.it/ultimissime_adn/la_salute_del_pianeta_passa_dalla_tua_spesa_parte_campagna_bio_masaf_ismea-2023 0907171906.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: La salute del Pianeta passa dalla tua spesa . Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

Il biologico è per l Italia un settore strategico ha affermato il sottosegretario al ministero dell Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D Eramo -. Il nostro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta .

Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore ha chiosato il Commissario possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork .

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Agenparl

AGRICOLTURA BIOLOGICA, TORRIANI, PER AUMENTARE OFFERTA E DOMANDA DI PRODOTTI BIO FONDAMENTALE PUNTARE SU FILIERE COOPERATIVE

07/05/2023 15:12

(AGENPARL) – mer 05 luglio 2023 Comunicato stampa Alleanza Cooperative Agroalimentari AGRICOLTURA BIOLOGICA, TORRIANI, PER AUMENTARE OFFERTA E DOMANDA DI PRODOTTI BIO FONDAMENTALE PUNTARE SU FILIERE COOPERATIVE Resi noti i numeri del bio nel 2022 nel corso di un convegno organizzato da Ismea a L'Aquila. "Per stimolare la crescita dei consumi di bio puntare su programmi promozionali con risorse pubbliche e private", ha spiegato il Coordinatore settore biologico Torriani. L'Aquila, 5 luglio 2023 – I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora piÃ¹ impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda. Un obiettivo duplice, che puÃ² essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poichÃ© in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualitÃ a prezzi competitivi". Lo ha dichiarato il Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani nel corso del suo intervento al convegno Appuntamento con il "Bio" organizzato questa mattina da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale alla presenza del Sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

agenparl.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 658
Utenti unici: 241.000

AGRICOLTURA BIOLOGICA, TORRIANI, PER AUMENTARE OFFERTA E DOMANDA DI PRODOTTI BIO FONDAMENTALE PUNTARE SU FILIERE COOPERATIVE

(AGENPARL) - mer 05 luglio 2023 Comunicato stampa Alleanza Cooperative Agroalimentari AGRICOLTURA BIOLOGICA, TORRIANI, PER AUMENTARE OFFERTA E DOMANDA DI PRODOTTI BIO FONDAMENTALE PUNTARE SU FILIERE COOPERATIVE Resi noti i numeri del bio nel 2022 nel corso di un convegno organizzato da Ismea a L'Aquila. "Per stimolare la crescita dei consumi di bio puntare su programmi promozionali con risorse pubbliche e private", ha spiegato il Coordinatore settore biologico Torriani. L'Aquila, 5 luglio 2023 - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora piÃ¹ impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda. Un obiettivo duplice, che puÃ² essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poichÃ© in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualitÃ a prezzi competitivi". Lo ha dichiarato il Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani nel corso del suo intervento al convegno Appuntamento con il "Bio" organizzato questa mattina da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale alla presenza del Sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo. Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche. Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica". Per quanto riguarda

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

l'obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, Ã¨ auspicabile secondo Torriani, "che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte piÃ¹ grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). "CiÃ² smentisce la tesi comunemente diffusa - commenta Torriani - secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda. Le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende convenzionali. Dal momento che incentivare la produzione con metodo biologico Ã¨ una degli obiettivi principali che si Ã¨ posta la Commissione Europa, risulta pertanto di fondamentale importanza sostenere tali imprese, che concentrano gran parte del valore della produzione, incrementando la domanda di prodotti biologici". Nella foto: Francesco Torriani (il primo da destra) intervenuto al convegno Ismea. Alina Fiordellisi Alleanza Cooperative Agroalimentari.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Agenparl

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo.

07/05/2023 14:20

(AGENPARL) – mer 05 luglio 2023 COMUNICATO STAMPA Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo. Si è tenuto oggi presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e della città dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. L'Aquila, 5 luglio 2023 – L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

agenparl.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 706
Utenti unici: 241.000

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo.

(AGENPARL) - mer 05 luglio 2023 COMUNICATO STAMPA Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo. Si è tenuto oggi presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e della città dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. L'Aquila, 5 luglio 2023 - L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni. Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente - Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti - Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo - Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus. "L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato il neo Commissario

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

centropagina.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 696
Utenti unici: 239.000

Link originale: https://www.centropagina.it/pesaro/vinitaly-verona-focus-casciotta-urbino-cibo-sintetico/

Centro Pagina

Dal Vinitaly di Verona un focus sulla Casciotta di Urbino. «Non teme il confronto col cibo sintetico»

04/05/2023 09:17 - *Luigi Benelli*

Relatori e nutrizionisti hanno discusso della rilevanza degli allevamenti per l'economia e la biodiversità URBINO – La Casciotta di Urbino come simbolo contro il cibo sintetico. A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, la Casciotta d'Urbino DOP, dal Vinitaly di Verona, con l'incontro dal titolo 'La Bellezza è nel Gusto', nello spazio di Food Brand Marche, mira a r ibadire l'importanza del cibo tradizionale, capace di rispettare la natura degli alimenti e di chi ne fa uso. L'obiettivo è anche quello di sottolineare la rilevanza degli allevamenti per l'economia del territorio e per la tutela delle tradizioni e della biodiversità, come dell'intera filiera alimentare delle Marche, con il suo patrimonio di tradizioni e saperi locali quali garanzia dell'assoluta bontà e genuinità dei prodotti nonché per la tutela della salute dei cittadini. Nata dal latte (ovino 70-80% e vaccino 30-20%) di animali liberi, sani e felici, lavorata ad arte da maestri casari, veri custodi delle nostre tipicità gastronomiche e dell'ambiente, la Casciotta d'Urbino Dop, regina della tavola sin dal '500, è un'eccellenza agroalimentare italiana e marchigiana, simbolo della provincia di Pesaro e Urbino, il primo formaggio ad aver conquistato la Denominazione di Origine Protetta. Protagonista di una storia d'amore secolare con il suo ambasciatore più illustre, Michelangelo Buonarroti, spicca per la sua "strana" lettera S. Una storpiatura che, si dice, sia dovuta a un errore di trascrizione di un impiegato ministeriale e che la differenzia dai formaggi che, come lei, derivano il loro termine identificativo dall'antico "cascio", variante linguistica territoriale

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

centropagina.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 696
Utenti unici: 239.000

Dal Vinitaly di Verona un focus sulla Casciotta di Urbino. «Non teme il confronto col cibo sintetico»

Relatori e nutrizionisti hanno discusso della rilevanza degli allevamenti per l'economia e la biodiversità URBINO - La Casciotta di Urbino come simbolo contro il cibo sintetico. A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, la Casciotta d'Urbino DOP, dal Vinitaly di Verona, con l'incontro dal titolo 'La Bellezza è nel Gusto' , nello spazio di Food Brand Marche, mira a r ibadire l'importanza del cibo tradizionale, capace di rispettare la natura degli alimenti e di chi ne fa uso. L'obiettivo è anche quello di sottolineare la rilevanza degli allevamenti per l'economia del territorio e per la tutela delle tradizioni e della biodiversità, come dell'intera filiera alimentare delle Marche, con il suo patrimonio di tradizioni e saperi locali quali garanzia dell'assoluta bontà e genuinità dei prodotti nonché per la tutela della salute dei cittadini. Nata dal latte (ovino 70-80% e vaccino 30-20%) di animali liberi, sani e felici, lavorata ad arte da maestri casari, veri custodi delle nostre tipicità gastronomiche e dell'ambiente, la Casciotta d'Urbino Dop, regina della tavola sin dal '500, è un'eccellenza agroalimentare italiana e marchigiana, simbolo della provincia di Pesaro e Urbino, il primo formaggio ad aver conquistato la Denominazione di Origine Protetta. Protagonista di una storia d'amore secolare con il suo ambasciatore più illustre, Michelangelo Buonarroti, spicca per la sua "strana" lettera S. Una storpiatura che, si dice, sia dovuta a un errore di trascrizione di un impiegato ministeriale e che la differenzia dai formaggi che, come lei, derivano il loro termine identificativo dall'antico "cascio", variante linguistica territoriale del più diffuso "cacio". «Una Casciotta d'Urbino Dop - secondo Paolo Cesaretti , Coordinatore del Consorzio Tutela - è molto più di un semplice alimento. Può suscitare emozioni come scoperta, brivido, stupore, sogno, prodigio, affinità e adorazione, ma anche, sebbene raramente, delusione e disappunto. Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo». «Il cibo sintetico - ha

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

spiegato Mirco Carloni , Presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati - oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali. E non è nemmeno più sostenibile. È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a ingannare il consumatore». Tommaso Di Sante , Presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, difende il cibo vero da agricoltura vera: «Il cibo sintetico metterebbe a rischio anche la salute dell'uomo, dato che non conosciamo con certezza gli effetti a lungo termine. La dieta mediterranea italiana rappresenta un patrimonio da valorizzare in quanto modello salutare per eccellenza e di rigoroso rispetto del territorio e della biodiversità». Francesco Torriani , Presidente Consorzio Marche Biologiche: «E' evidente allora che la questione delle carni sintetiche deve diventare l'occasione non solo per dire no ad un modello produttivo totalmente avulso dall'agricoltura, ma anche per promuovere e qualificare ulteriormente il nostro modello produttivo zootecnico e renderlo sempre più sostenibile e in linea con le esigenze dei consumatori». Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop: «L'Oliva Ascolana del Piceno Dop non ha nulla a che vedere con il cibo sintetico. E' un prodotto principe di un piatto della tradizione antica ascolana, che contraddistingue la nostra città e mai potrà essere modificata introducendo nella ricetta fake - food». La Casciotta d'Urbino Dop divenne una specialità distintiva marchigiana con il Signore del Ducato di Urbino, Federico da Montefeltro, che decise di proteggere il suo territorio dalle scorrerie dei pastori transumanti agevolando l'uso dei pascoli per gli allevatori locali. «Preparare un piatto - conclude Paolo Cesaretti - richiede creatività, altruismo. Coinvolge i cinque sensi: gusto, olfatto, udito, vista e tatto, che si combinano sapientemente e si amalgamano insieme. È compito di Otello Renzi, animo magnanimo, generoso e piacevolmente epicureo, trasformare ciò in arte. Creare questo piatto di spaghetti biologici, Casciotta d'Urbino e olive Ascolana del Piceno facendone un incantesimo, abbinandolo al vino Bianchello». L'evento, moderato dalla giornalista Veronique Angeletti , è a cura del Consorzio Tutela Casciotta d'Urbino Dop, che, sin dalla sua nascita, ha avuto il merito di aver recuperato e diffuso su ampia scala la preparazione della Casciotta d'Urbino e la sua tradizione storica.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/06/2023

centropagina.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 736
Utenti unici: 239.000

https://www.centropagina.it/jesi/trevalli-cooperlat-compie-60-anni-candeline-spente-insieme-ministro-lollobrigida-agroalimentare-video/

TreValli Cooperlat compie 60 anni, candeline spente insieme al ministro Lollobrigida - VIDEO - Notizie Jesi-Fabriano - CentroPagina - Cronaca e attualità dalle Marche

FANO – TreValli Cooperlat, terzo gruppo lattiero caseario italiano, compie 60 anni. Un momento di festa per celebrare la storia, i valori e l'eccellenza del gruppo con quartier generale a Jesi, ma anche il momento giusto per gettare le basi di un nuovo modello innovativo di filiera agroalimentare per il territorio, con valenza nazionale. Domenica (4 giugno) al Tag Hotel di Fano uno sguardo sul passato e sul futuro di TreValli con il presidente Piero Cimarelli, il governatore delle Marche Francesco Acquaroli, il presidente della 13° commissione agricoltura della Camera dei deputati Mirco Carloni. Ospite della giornata il ministro all'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida. La cerimonia si è svolta alla presenza di numerose autorità civili e militari, tra cui l'assessore regionale Andrea Maria Antonini, il consigliere Carlo Ciccioli, il deputato Antonio Baldelli, il presidente Atim Marche Marco Bruschini con la platea al completo dei due vice presidenti di TreValli, di tutti i soci delle cooperative che la compongono e dei numerosi allevatori e produttori marchigiani. Nel corso dell è stata consegnata una targa di riconoscimento a Giovanni Cucchi, tra i fondatori del marchio TreValli Cooperlat.

«Siamo orgogliosi di questo traguardo e di scrivere ogni giorno la storia di una grande realtà aziendale – dice il presidente di TreValli Cooperlat Piero Cimarelli – in sessant'anni, è stata capace di adattarsi all'evoluzione e ai cambiamenti sociali, senza dimenticare i valori di cooperazione, tradizione, innovazione, la valorizzazione del territorio e delle persone e la promessa di genuinità e salubrità a cui aspirava.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Una meta importante per ciascuno di noi, a cui siamo arrivati con coraggio, lungimiranza e tanto lavoro. La capacità di TreValli in tutto questo tempo è stata quella di saper anticipare le tendenze di mercato e produrre prodotti di qualità». Poi uno sguardo al futuro. «Il progetto di TreValli – continua ancora – cerca di valorizzare il legame con il territorio, perché è una cooperativa e ha come responsabilità sociale questo nel Dna. Il progetto vuole essere di filiera per migliorare la gestione dei singoli allevamenti, che cerca di apportare nuovi servizi per migliorare tematiche ambientali (energia, acqua...) e deve essere anche di territorio, per dare una prospettiva ai territori. La zootecnia è una necessità in certe aree. Il progetto di TreValli si articolerà su tre linee guida fondamentali: una, rivolta ai consumatori, che sono sempre più attenti ai contenuti dei prodotti in termini di qualità, autenticità e sostenibilità, benessere animale e riduzione del consumo dei farmaci. In questa direzione i prodotti di questi territori possono avere un plus maggiore per essere riconoscibili dai consumatori. Accanto a questo, si cerca di collegare le esternalità positive al territorio, anche in termini turistici. Ultimo tema, il riconoscimento dei premi di ecosistema: la zootecnia nei territori può essere una fonte di manutenzione dei territori stessi, può essere impegnata per curare l'ambiente. Queste attività – conclude Cimarelli – devono essere condivise da più soggetti, pubblici e privati, per creare un modello operativo che riguardi le aree interne, l'alta collina, la montagna, le colline marchigiane, abruzzesi, ma anche romagnole e possano essere un modello innovativo».

L'azienda è partecipata da nove cooperative socie presenti in sei regioni italiane che rappresentano una filiera in grado di raccogliere oltre 500 milioni di litri di latte. Per la Regione Marche, la cooperativa rappresenta un punto di riferimento fondamentale per il sistema allevatoriale, in quanto raccoglie oltre l'80% della produzione regionale. «La qualità è l'elemento cardine della nostra economia – dichiara il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida – noi non siamo una nazione di quantità eccezionale, ma siamo una superpotenza della qualità che nel mondo viene riconosciuta tale e con grande riscontro in termini commerciali. Una crescita economica che però può essere ancora più forte sia grazie all'export che grazie ad un consapevole consumo dei prodotti utilizzando quella capacità unica delle persone e dei cittadini di scegliere rispetto all'informazione corretta. E poi dall'altra parte c'è l'organizzazione del lavoro, quelle nobili filiere che partono dalla produzione e da una trasformazione attenta che nelle Marche troviamo, non solo come elemento forte, ma anche come

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

capacità di valorizzazione, per esempio da parte della Regione, di questi modelli produttivi che tornano al centro e garantiscono anche equilibrio in un territorio e benessere per gli animali. Un settore strategico fondamentale – aggiunge ancora – che noi dobbiamo sostenere, aiutare e che credo possa essere ancora una volta un elemento cardine per la crescita economica della nostra nazione e quindi per quell'equilibrio sociale che andrebbe cercato. Come dicevamo, l'Italia è una nazione che ha gran parte dei prodotti di qualità che vengono consumati ed esportati nel resto del pianeta – conclude il ministro – e noi abbiamo sempre garantito un processo qualitativo ai nostri cittadini, ma anche ai cittadini del resto del pianeta».

TreValli Cooperlat in sessant'anni è stata capace di adattarsi all'evoluzione e ai cambiamenti sociali, senza dimenticare i valori di cooperazione, tradizione, innovazione, la valorizzazione del territorio e delle persone e la promessa di genuinità e salubrità a cui aspirava. «La commissione agricoltura – aggiunge Mirco Carloni, presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati – ha delle sfide di fronte, veramente molto importanti, perché i prodotti della nostra tradizione agricola sono messi in discussione da un atteggiamento che, rincorrendo il desiderio di sostenibilità, rischia di sostituire il rapporto millenario che c'è sempre stato tra il consumo alimentare e la produzione naturale, quella fatta attraverso la via allevatoriale, la produzione e le trasformazioni del latte. In questo caso non si tratta soltanto oggi di festeggiare una azienda che ha raggiunto 60 anni di attività, ma di difendere un presidio di produzione che non solo ha effetti economici importanti per il nostro sistema allevatoriale, ma addirittura tiene insieme le aree interne della nostra Regione, della nostra Provincia e del sistema Paese tutto. Le aree più impervie, quelle considerate "difficili" da vivere, in realtà sono tenute vive proprio dai nostri allevatori. Perdere l'allevamento, dunque – conclude – significa impoverire il nostro Paese e impoverire quel presidio di contadini ed allevatori che sono i veri difensori dell'ambiente». L'elemento distintivo di TreValli Cooperlat è anche quello di operare con un forte senso di responsabilità verso gli allevatori, sostenendoli e difendendo il loro lavoro. Sono tanti i progetti in cantiere portati avanti per aumentare la biosicurezza, accrescere il benessere animale e migliorare gli aspetti gestionali delle aziende socie per un futuro che sia nel segno di una filiera italiana del latte. «Trevalli Cooperlat al sessantesimo anno della sua attività fa capire quanto sia importante la collaborazione e la capacità di affrontare le sfide della crescita insieme – dice il presidente della Regione Francesco Acquaroli – Oggi la cooperazione si pone come strumento di aggregazione di un territorio come quello

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

marchigiano in settori particolarmente difficili come quello degli allevamenti, quello agricolo, ma anche quello della pesca ad esempio. Oggi siamo chiamati a dare delle risposte chiare a queste piccole, piccolissime e medie imprese che rappresentano il nostro tessuto imprenditoriale, la nostra autenticità: sono coloro che portano la nostra Regione e il marchio Italia nel mondo. Queste attività vivono momenti di difficoltà perché combattono contro chi vorrebbe la cancellazione di questa produzione locale a favore di modelli di sviluppo e di produzione completamente differenti che prevedono lo smantellamento di eccellenze che non sono soltanto importanti per creare occupazione e per dare alla filiera gastronomica una risposta importante, ma sono importanti perché per il tramite di queste imprese sopravvivono i nostri mari, le nostre valli, le nostre colline, sopravvive un intero territorio».

«La storia di Cooperlat si intreccia con la storia di Confcooperative – spiega Francesco Torriani presidente di Fedagri Pesca Marche Confcooperative – È la principale cooperativa del settore lattiero caseario della nostra regione che ha visto la cooperazione protagonista e rappresenta una esperienza innovativa, visto che 60 anni fa ha saputo costituirsi, aggregare e fare rete. La nuova politica agricola regionale dovrà sostenere la crescita della nostra cooperativa facendo sistema con tutti gli allevatori della nostra regione».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

TorinOggi

EAV: € 1.100
Utenti unici: 237.000

Argomento: Consorzio

https://www.torinoggi.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

WineNews

Nel piatto e nel calice, tra erbe officinali, moda e cosmesi: il bio al centro del Sana di Bologna

09/05/2023 18:47

Dal 7 al 9 settembre il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale. In mostra il futuro di un settore che cresce, e guida la transizione green Se il 7 settembre sarà protagonista l'Osservatorio Sana, prima con un focus su "Mercato italiano bio e Piano d'azione nazionale" e poi su "Opportunità e sfide della domanda bio: mercati internazionali, italian sounding, blockchain", l'8 settembre si guarderà ad "Innovazione e sostenibilità: esperienze nel bio e trasferimento dell'innovazione" e alla "ristorazione collettiva bio tra mense scolastiche e strutture ospedaliere", con una due giorni di un piattaforma che si conferma luogo di confronto e sviluppo per il settore, anche per individuare gli strumenti necessari per raggiungere gli ambiziosi obiettivi di crescita del biologico già definiti a livello Ue e nel Psn (Piano di Sostegno Nazionale) e nella Pac in termini di conversione al bio, di offerta, ma anche di consumi, favorendo l'aumento della consapevolezza rispetto agli standard e ai benefici dell'agricoltura biologica per il Paese e i cittadini. "Trentacinque anni fa, quando con Sana abbiamo deciso di promuovere una fiera internazionale del biologico e del naturale - spiega Gianpiero Calzolari, presidente BolognaFiere - abbiamo fatto la scelta giusta: i temi della sostenibilità ambientale e della sana alimentazione sono oggi cruciali per il benessere delle persone e il futuro del pianeta. Proprio su questi temi il consumatore ha aspettative più alte che in passato e ciò impone alle aziende di fornire indicazioni chiare e concrete sul proprio apporto alla transizione ecologica e allo sviluppo di prodotti salutari. Un'altra scelta in cui crediamo è quella di aver posizionato per la prima volta Sana come evento esclusivamente business to business, per dare agli espositori maggiori opportunità di business, coinvolgerli in riflessioni strategiche per le politiche industriali del settore e sostenere anche i piccoli operatori, spesso asse portante delle nostre filiere. Grazie anche alla collaborazione con l'Agenzia Ice, queste scelte renderanno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/09/2023

WineNews

EAV: € 1.093
Utenti unici: 226.000

Argomento: Consorzio

Nel piatto e nel calice, tra erbe officinali, moda e cosmesi: il bio al centro del Sana di Bologna

Dal 7 al 9 settembre il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale. In mostra il futuro di un settore che cresce, e guida la transizione green Se il 7 settembre sarà protagonista l'Osservatorio Sana, prima con un focus su "Mercato italiano bio e Piano d'azione nazionale" e poi su "Opportunità e sfide della domanda bio: mercati internazionali, italian sounding, blockchain", l'8 settembre si guarderà ad "Innovazione e sostenibilità: esperienze nel bio e trasferimento dell'innovazione" e alla "ristorazione collettiva bio tra mense scolastiche e strutture ospedaliere", con una due giorni di un piattaforma che si conferma luogo di confronto e sviluppo per il settore, anche per individuare gli strumenti necessari per raggiungere gli ambiziosi obiettivi di crescita del biologico già definiti a livello Ue e nel Psn (Piano di Sostegno Nazionale) e nella Pac in termini di conversione al bio, di offerta, ma anche di consumi, favorendo l'aumento della consapevolezza rispetto agli standard e ai benefici dell'agricoltura biologica per il Paese e i cittadini. "Trentacinque anni fa, quando con Sana abbiamo deciso di promuovere una fiera internazionale del biologico e del naturale - spiega Gianpiero Calzolari, presidente BolognaFiere - abbiamo fatto la scelta giusta: i temi della sostenibilità ambientale e della sana alimentazione sono oggi cruciali per il benessere delle persone e il futuro del pianeta. Proprio su questi temi il consumatore ha aspettative più alte che in passato e ciò impone alle aziende di fornire indicazioni chiare e concrete sul proprio apporto alla transizione ecologica e allo sviluppo di prodotti salutari. Un'altra scelta in cui crediamo è quella di aver posizionato per la prima volta Sana come evento esclusivamente business to business, per dare agli espositori maggiori opportunità di business, coinvolgerli in riflessioni strategiche per le politiche industriali del settore e sostenere anche i piccoli operatori, spesso asse portante delle nostre filiere. Grazie anche alla collaborazione con l'Agenzia Ice, queste scelte renderanno Sana ancora più centrale sui mercati internazionali e più attrattiva verso i buyer esteri". Il tutto al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

centro di un Sana 2023 in cui ha voluto mettere la sua impronta forte il Ministero dell'Agricoltura, che, proprio a Bologna, il 7 settembre (ore 15), alzerà il sipario su #IoParloBio: si alza anche il sipario sulla campagna di comunicazione del biologico, promossa dal Ministero stesso, e realizzata da Ismea. "La promozione del biologico, che vede l'Italia ai primi posti in Europa per numero di aziende ed estensione delle superfici, ma che sconta un consumo concentrato prevalentemente al Nord, è affidata a una campagna multicanale e multi-soggetto rivolta al grande pubblico che prenderà il via nelle prossime settimane. La campagna media integrata - spiega una nota - sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio e su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari). Sempre per il web e social è anche pensata la serie di pillole video dal taglio più informativo condotte dall'autore e conduttore televisivo Luca Sardella, che interverrà alla conferenza. La campagna media integrata si completa con una parte di adv digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action potente: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Ma tanti sono gli appuntamenti, firmati da Ministero e Ismea, nel Sana, dalla tavola rotonda su "Prodotti biologici: regimi di importazione e controlli ufficiali all'ingresso in Ue", l'8 settembre (ore 10), o come l'incontro su "I distretti biologici: il quadro normativo e il registro nazionale dei distretti", il 9 settembre (ore 10), che sarà seguito, tra le altre cose, dall'incontro sul ""Vino biologico: i numeri della filiera" nel quale verranno mostrati in anteprima i dati aggiornati al 2022 relativi alla filiera vitivinicola, e approfondite le principali caratteristiche strutturali del comparto, tra cui superfici, operatori, mercato e produzione. Tra le collettive più interessanti firmate dalle organizzazione agricole, spicca quella della Cia Agricoltori, riunita sotto lo slogan "Naturalmente, Bio", con aziende da Calabria, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia e Toscana, e tanti appuntamenti, come quello di venerdì8 settembre, alle 15, con il convegno Anabio-Cia e Ibma (International biocontrol manufacturers associations) Italia su "Il Biocontrollo: le moderne ed efficaci strategie nella difesa fitosanitaria", con tecnici ed esperti, e con le conclusioni del presidente Cia - Agricoltori Italiani, Cristiano Fini. Altri focus di rilievo sono quelli promossi da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Demeter Italia, associazione di produttori, distributori e trasformatori biodinamici, entrambi l'8 settembre. Il primo (ore 11), sarà la presentazione del libro "Manuale di Viticoltura biodinamica" (Terra Nuova Edizioni, 2022) di Adriano Zago (che, anche WineNews, ha recentemente intervistato), che dialogherà con Martina Broggio, agronoma e sustainable wine consultant; il secondo e più importante, invece, sarà sul tema "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", moderato dalla giornalista Cinzia Scaffidi, con, tra gli altri, Enrico Amico, presidente Demeter Italia, Giuseppe De Noia, presidente nazionale Anabio Cia, Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti Bio e Biodistretto delle Marche, Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio, Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane, e Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia. Con un confronto sugli obiettivi del "Green new deal" ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura, prime fra tutte la "Farm to Fork" e quella inerente alla biodiversità, e per fare il punto sulla situazione italiana sia dal punto di vista produttivo sia da quello normativo sia per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro paese. Riflessioni che arrivano in un momento decisivo per il futuro dell'agricoltura e per il biologico. "In questo momento è cruciale dare attuazione alla legge sul biologico e andare avanti nella positiva interlocuzione con il Sottosegretario D'Eramo per l'approvazione del Piano d'azione nazionale per il biologico. I dati presentati recentemente dal Ministero dell'Agricoltura - ha detto la presidente Federbio, Maria Grazia Mammuccini - indicano una significativa crescita delle produzioni bio, chiaro segnale della fiducia nel biologico da parte degli agricoltori. Al tempo stesso evidenziano, però, il calo della domanda interna, a causa della riduzione della capacità di spesa delle famiglie. Il Piano d'azione è, quindi, fondamentale per realizzare iniziative per far crescere i consumi di prodotti bio, anche attraverso campagne di comunicazione per far conoscere i benefici di questa scelta alimentare e spingere per un ulteriore incremento degli investimenti per la diffusione delle mense biologiche. Occorre, inoltre, sostenere l'export di prodotti biologici made in Italy, che hanno già dimostrato grandi potenzialità sui mercati internazionali. Su questo FederBio è attiva da tempo e l'impegno è notevolmente aumentato con il progetto di promozione Being Organic in Eu, cofinanziato dall'Ue, e che ha in Rivoluzione Bio e Sana due pilastri fondamentali, grazie anche alla

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

collaborazione di BolognaFiere. Sul versante export stiamo operando insieme a Ita.Bio, la piattaforma online di dati e informazioni per l'internazionalizzazione del biologico Made in Italy curata da Nomisma, che promuoviamo insieme a Ice Agenzia. Il Piano d'azione è fondamentale anche per attuare investimenti strategici a sostegno dei produttori agricoli in termini di assistenza tecnica, formazione, ricerca e trasferimento d'innovazione, e per affrontare in maniera adeguata l'impatto che i cambiamenti climatici stanno avendo su tutte le produzioni agricole, comprese quelle biologiche, e che impongono strategie di adattamento e contrasto non più rinviabili. Appuntamenti come Sana e Rivoluzione Bio sono essenziali per far convergere l'attenzione di operatori e cittadini su temi così rilevanti per il futuro del nostro Pianeta". "Sana 2023 rappresenta un'opportunità strategica per le nostre aziende. Apprezziamo la svolta business to business dell'evento: una scelta importante per sostenere il business e l'export delle imprese espositrici. Le sfide che ci attendono nel futuro, in termini sia economici che ambientali - ha aggiunto Nicoletta Maffini, presidente AssoBio - richiedono ora uno sforzo aggiuntivo. Oggi registriamo una discreta ripresa della distribuzione biologica e ci ha incoraggiati molto il risultato dei consumi nel canale Horeca, ma i consumi interni, se paragonati al resto del mondo e agli anni scorsi, non raggiungono i risultati attesi. Per questa ragione, grazie alle partnership istituzionali che AssoBio ha avviato, stiamo portando avanti con determinazione attività di promozione per far crescere i consumi, la consapevolezza e la trasparenza della filiera. L'Europa ha dettato le linee guida da seguire, che vedono il biologico come modello valido per rispondere alle attese del consumatore, coniugando sostenibilità ambientale e competitività economica. Rimettere sul tavolo di discussione questi argomenti sarà occasione di rilancio per la Legge sul Biologico approvata nel 2022". Nel vasto mondo del "libero da", Sana tratterà anche il tema dei vini dealcolati, la cui domanda potrebbe aumentare significativamente nei prossimi anni. Il vino senza alcool e i cocktail a basso contenuto di alcool stanno, infatti, incontrando un crescente interesse da parte dei consumatori - in particolare, tra i giovani - in molti mercati esteri, ad esempio in quello americano. E le opportunità di diffusione di questi prodotti nei Paesi dove oggi, anche per motivi religiosi, non c'è una solida cultura del vino, potrebbero generare un nuovo, importante sbocco di mercato per il comparto vitivinicolo italiano, vista anche la posizione dell'Oms sulle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

bevande alcoliche. Sabato 9 settembre, con Uiv - Unione Italiana Vini, Sana 2023 delineerà lo stato dell'arte del mercato dei vini dealcolati; a seguire, una degustazione a cura delle case vinicole Zonin Spa, Hofstätter e Schenk. Tra le curiosità sono, confermate anche le Aree Breakfast e Aperitivo (in partnership con Drink Factory, Slow Wine e Barman & Natura), che propongono, in versione bio, prodotti naturali e salutistici di alta qualità destinati a questi specifici momenti di consumo. In programma un calendario di incontri animati da professionisti del settore, con affondi sul benessere generale della persona e sul ruolo giocato in questo senso dalla sana alimentazione. Tra le curiosità, l'area Organic & Natural Food, aperta da giovedì 7 a sabato 9 settembre, ospita i migliori prodotti per un'alimentazione biologica, salutare e sostenibile, a filiera controllata, vegana e vegetariana, e rivolta a chi soffre di intolleranze. L'area Care & Beauty, focalizzata su prodotti e cosmetici naturali e bio per la cura del corpo, compresi integratori ed erbe officinali, e la sezione Green Lifestyle, con soluzioni e servizi per vivere tempi e spazi della quotidianità in modo sostenibile e restano visitabili anche domenica 10 settembre. Ed ancora torna la "La Via delle Erbe", l'iniziativa di Sana organizzata in collaborazione con "L'Erborista" (rivista specializzata del Gruppo Tecniche Nuove), che propone a erboristi e operatori della salute e del benessere sette lezioni magistrali tenute da esperti di fitoterapia ed erboristeria, accademici e opinion leader del settore. Protagoniste della Via delle Erbe (anche con uno spazio mostra) sono le "erbe bianche", specialmente quelle che portano benefici all'apparato digerente. Inaugura, poi, l'Osservatorio Erboristico, realizzato in collaborazione con Nomisma, per indagare, dati alla mano, il mercato erboristico italiano. E visto che cresce tra i consumatori l'attenzione verso abitudini e stili di vita improntati alla sostenibilità, passando dai complementi di arredo alla pulizia della casa, dagli eco-imballaggi alla moda sostenibile, il tema sarà sotto i riflettori, con la partnership con la Fondazione Fashion Research Italy, che organizza quattro talk sulla "moda green". Ma si rinnova anche l'appuntamento con Sanatech, il salone professionale dedicato alla filiera agroalimentare, zootecnica e del benessere biologico ed ecosostenibile, con molteplici categorie merceologiche e momenti di formazione. Promosso da BolognaFiere, con il supporto di FederBio Servizi e in collaborazione con Avenue Media, Sanatech si occupa di agricoltura biologica e di precisione, di tracciabilità, economia circolare e tecnologie per la cosmesi naturale, aprendosi ai temi emergenti come il mondo del bio-controllo e il settore del bio-packaging. È

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

previsto, inoltre, un approfondimento sulla blockchain, e più nello specifico sul progetto TrackIT Blockchain a cura di Ice Agenzia.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

WineNews

Raggiungere il 25% di terreni a conduzione bio in Italia? Si può fare ma in un'ottica di sistema

09/12/2023 13:35

Nella tavola rotonda, promossa da Demeterin Sana, idee su "Green New Deal" e "Farm To Fork" per la realizzazione di un sistema alimentare sostenibile Una tavola rotonda, voluta da Demeter Italia, per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa che condivida i medesimi obiettivi. E dove si è ragionato sugli obiettivi del Green New Deal, che indica un percorso ben definito, orientato a trasformare l'Unione Europea nel primo territorio ad impatto climatico zero entro il 2050, ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura e dell'ambiente - la "Farm to Fork: dal produttore al consumatore" strettamente connessa alla strategia "Biodiversità" - e per fare inoltre chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro Paese. Gli obiettivi della "Farm to Fork" da raggiungere entro il 2030 consistono nella riduzione del 50% dei pesticidi chimici, di almeno il 20% dei fertilizzanti e del 50% delle vendite di antimicrobici e antibiotici, oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico entro il 2030. In Italia i terreni a conduzione biologica sono il 18% della Sau (Superficie Agricola Utilizzata, ndr) - una situazione decisamente buona rispetto ad altri Paesi europei - quindi l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, ma i relatori hanno concordato sul fatto che questo obiettivo quantitativo non può essere considerato in sé, deve essere visto in un'ottica di sistema: questo è stato il fil rouge di tutti gli interventi. Francesco Torriani, coordinatore del biologico dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari Italiane, ha sottolineato la necessità di incentivare le "politiche agricole a favore della produzione biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso", per un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

12/09/2023

WineNews

EAV: € 1.062
Utenti unici: 226.000

Argomento: Consorzio

Raggiungere il 25% di terreni a conduzione bio in Italia? Si può fare ma in un'ottica di sistema

Nella tavola rotonda, promossa da Demeterin Sana, idee su "Green New Deal" e "Farm To Fork" per la realizzazione di un sistema alimentare sostenibile Una tavola rotonda, voluta da Demeter Italia, per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa che condivida i medesimi obiettivi. E dove si è ragionato sugli obiettivi del Green New Deal, che indica un percorso ben definito, orientato a trasformare l'Unione Europea nel primo territorio ad impatto climatico zero entro il 2050, ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura e dell'ambiente - la "Farm to Fork: dal produttore al consumatore" strettamente connessa alla strategia "Biodiversità" - e per fare inoltre chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro Paese. Gli obiettivi della "Farm to Fork" da raggiungere entro il 2030 consistono nella riduzione del 50% dei pesticidi chimici, di almeno il 20% dei fertilizzanti e del 50% delle vendite di antimicrobici e antibiotici, oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico entro il 2030. In Italia i terreni a conduzione biologica sono il 18% della Sau (Superficie Agricola Utilizzata, ndr) - una situazione decisamente buona rispetto ad altri Paesi europei - quindi l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, ma i relatori hanno concordato sul fatto che questo obiettivo quantitativo non può essere considerato in sé, deve essere visto in un'ottica di sistema: questo è stato il fil rouge di tutti gli interventi. Francesco Torriani, coordinatore del biologico dell'Alleanza delle Cooperative Agroalimentari Italiane, ha sottolineato la necessità di incentivare le "politiche agricole a favore della produzione biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso", per un sistema 'smart', sostenibile e professionale". Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti Bio e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Biodistretto delle Marche ha esposto le ragioni di uno sguardo fiducioso verso il futuro ricordando come "la conversione al biologico e alla biodinamica continua ad attrarre nuove aziende, in particolare imprese condotte da donne e da giovani", senza dimenticare però che "la criticità è rendere il contesto produttivo il più proficuo possibile: a livello di prezzi e consumi". Franco Ferroni, dell'Ufficio Sostenibilità Wwf e coordinatore della coalizione Cambiamo Agricoltura, ha ribadito l'importanza di "una grande alleanza tra mondo agricolo, consumatori e associazioni ambientaliste. Il piano strategico nazionale anticipa al 2027 il raggiungimento del 25% delle superfici coltivabili a conduzione biologica e la filiera produttiva deve dimostrare di saper cogliere questa opportunità e di perseguire gli obiettivi del Green Deal con un approccio sistemico". Sull'importanza dell'attività si è espressa anche Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio : "la Farm to Fork impone un modo di lavoro congiunto, in particolare su quattro fronti: i prezzi (talvolta troppo allineati con quelli dei prodotti convenzionali), le certificazioni (la burocrazia costituisce ancora un limite soprattutto per le piccole aziende), i mezzi tecnici (per registrare un principio attivo di origine naturale bisogna seguire lo stesso iter di quelli a formula sintetica) e la zootecnica, con la riduzione degli allevamenti intensivi per rimettere in piedi il legame tra l'animale, l'uomo e la terra". E proprio sull'elemento terra Damiano Di Simine, responsabile politiche del suolo Legambiente, ricorda che "finalmente è arrivata una proposta della Commissione Europea che tiene in considerazione la salute del suolo. È però indispensabile lavorare per non far prevalere la visione delle "corporazioni agricole" europee al fine di intraprendere un viaggio verso un nuovo paradigma agricolo, in grado di sovvertire l'agricoltura convenzionale degli ultimi 70 anni". Dalla salute del suolo a quella delle persone il passo è molto più breve di quanto non si creda. Renata Alleva, nutrizionista e componente della Giunta Esecutiva e del Comitato Scientifico Isde Italia (Associazione Medici per l'Ambiente), sottolinea che "è sempre più difficile trovare un individuo che non sia stato esposto a contaminanti e pesticidi; si tratta della principale causa di tumori. Le politiche agricole da sole, tuttavia, non bastano, bisognerebbe pensare ad iniziative per l'educazione alimentare, soprattutto nelle scuole". In questo quadro così complesso, i consumatori possono giocare un ruolo chiave e Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia, precisa come sono le aziende che "devono fornire ai consumatori tutti gli elementi per fare la scelta migliore; solo in questo modo questi ultimi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

potranno scegliere consapevolmente prodotti che facciano loro del bene comprendendo il valore di una spesa che è non è solo alimentare ma è un investimento in ambiente e salute". In altri Paesi europei questa consapevolezza è già forte, come dimostrano le aziende biodinamiche italiane che mediamente fatturano per il 70% al di fuori del Belpaese. Enrico Amico, presidente Demeter Italia ritiene che "questo succeda perché, attraverso un marchio riconosciuto come Demeter, il consumatore instaura una relazione di totale fiducia nei confronti del produttore. In quest'ottica, per incentivare tale processo anche da noi, abbiamo bisogno di strumenti, come ricerca e formazione, che anche quando non ci saranno più i finanziamenti europei, rendano sostenibile a lungo termine la transizione verso il modello biologico e biodinamico".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Il Capoluogo

Bio italiano, il suolo coltivato cresce, i consumi no: in Abruzzo raddoppia la media delle superfici coltivate

07/05/2023 18:02

Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, ma i consumi non tengono il passo. A L'Aquila la presentazione in anteprima del rapporto Ismea, con l'intervento del Ministro Lollobrigida Presentato a L'Aquila il Rapporto "Bio in cifre", curato da Ismea e Cinema di Bari. Il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Lollobrigida in videocollegamento: l'Abruzzo raddoppia la superficie coltivata. A livello nazionale, però, i consumi crescono al rallentatore. Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, superando i 2,3 milioni di ettari e avvicinandosi così sempre più al target comunitario del 25%, con una crescita nel 2022 del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti nelle scelte arrivano invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. È quanto emerso dai lavori all'Aquila del convegno nazionale 'Appuntamento con il bio' , promosso da Ismea. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il Rapporto 'Bio in cifre', curato da Ismea e Ciheam di Bari , alla presenza delle autorità del ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo, del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. La superficie certificata biologica in Abruzzo è pari, nel 2022, a 61.332 ha, con un'incidenza più che raddoppiata negli ultimi 12 anni e ormai prossima al 15% . È la fotografia delle coltivazioni biologiche nella Regione Abruzzo emersa nel corso dei lavori di oggi. Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto 'Bio in cifre', il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030 , con già sei regioni che hanno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

ilcapoluogo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 646
Utenti unici: 206.000

Bio italiano, il suolo coltivato cresce, i consumi no: in Abruzzo raddoppia la media delle superfici coltivate

Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, ma i consumi non tengono il passo. A L'Aquila la presentazione in anteprima del rapporto Ismea, con l'intervento del Ministro Lollobrigida Presentato a L'Aquila il Rapporto "Bio in cifre", curato da Ismea e Cinema di Bari. Il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Lollobrigida in videocollegamento: l'Abruzzo raddoppia la superficie coltivata. A livello nazionale, però, i consumi crescono al rallentatore. Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, superando i 2,3 milioni di ettari e avvicinandosi così sempre più al target comunitario del 25%, con una crescita nel 2022 del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti nelle scelte arrivano invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. È quanto emerso dai lavori all'Aquila del convegno nazionale 'Appuntamento con il bio' , promosso da Ismea. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il Rapporto 'Bio in cifre', curato da Ismea e Ciheam di Bari , alla presenza delle autorità del ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo, del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. La superficie certificata biologica in Abruzzo è pari, nel 2022, a 61.332 ha, con un'incidenza più che raddoppiata negli ultimi 12 anni e ormai prossima al 15% . È la fotografia delle coltivazioni biologiche nella Regione Abruzzo emersa nel corso dei lavori di oggi. Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto 'Bio in cifre', il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030 , con già sei regioni che hanno oltrepassato questo traguardo: Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Sicilia. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. "La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021 - spiegano dall'Ismea - non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di ricchezza". L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, ha infatti concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. " Il settore - spiegano dall'Ismea - potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione". Sono stati molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente , vice presidente con delega all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta , assessore all'Ambiente, Agricoltura e Territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di Ismea, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida, è intervenuto da remoto. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo , responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea, mentre Antonio Zinni , del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del 'Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo' per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1 del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna , a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini, Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini, Presidente Assobio, Giuseppe Romano, Presidente AIAB, Francesco Torriani, Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia, Presidente Cia -Anabio, Maria Letizia Gardoni, Presidente Coldiretti-Bio

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ed Erminio Pensa, Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila. "I dati della crescita del biologico per la nostra regione sono confortanti, l'obiettivo è proseguire su questa strada per arrivare il prima possibile al target europeo del 25% di terreno, rispetto agli attuali 15%". Così il vice presidente della Giunta regionale con delega all'Agricoltura, Emanuele Imprudente , intervenendo nel convegno nazionale. " La maggior quota di biologico in Abruzzo riguarda il settore vitivinicolo e poi quello dell'olio: uno degli obiettivi è quello di potenziare il biologico nel settore zootecnico, per garantire la massima qualità delle carni e dei altri prodotti - ha continuato Imprudente -. Non è un caso che abbiamo messo a disposizione delle imprese 50 milioni con il nuovo programma di sviluppo rurale, il 40% in più rispetto alle precedenti programmazioni. Nella consapevolezza che la qualità del cibo e la sostenibilità delle produzioni è aspetto centrale del progetto multidisciplinare ' Abruzzo regione del Benessere' e potrà determinare ricadute in termini di conquista di mercati competitività delle nostre imprese e creazioni di posti di lavoro". "Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l'equilibrio sociale". Così il ministro dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida , intervenuto in videocollegamento ai lavori del convegno nazionale 'Appuntamento con il bio' "Nel tempo - ha spiegato Lollobrigida - abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi - ha aggiunto il ministro - che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti ". "Aumenta il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici ". Così il sottosegretario all'Agricoltura, alla

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Sovranità alimentare e Foreste, Luigi D'Eramo , intervenendo all'Aquila al convegno nazionale 'Appuntamento con il bio'. "Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha spiegato ancora - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne. I numeri parlano di una forte crescita del biologico anche in Abruzzo, dove sono raddoppiati gli operatori e le aziende agricole. Questo è molto importante per una regione come la nostra che si propone come regione verde d'Europa. Un connubio vincente tra il bio e la qualità dei prodotti agricoli, con il rispetto della natura, con il potenziamento del turismo, con la valorizzazione delle nostre bellezze artistiche e architettoniche". leggi anche L'aquila Agricoltura, 2 milioni e 700mila euro per la rete irrigua di L'Aquila e Ocre Settore agricolo Agricoltura, con il Decreto flussi 82mila lavoratori extracomunitari: la metà per il lavoro stagionale Attualita' Grandinata a San Gregorio, gravi danni all'agricoltura e aziende agricole in ginocchio.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://www.strettoweb.com/2023/09/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/1585970/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall?Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell?agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell?agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D?Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l?autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall?acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l?ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: ?La salute del Pianeta passa dalla tua spesa?. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un?indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.
Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell?euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.
Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l?acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.
I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all?acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.
?Il biologico è per l?Italia un settore strategico ? ha affermato il sottosegretario al ministero dell?Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D?Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l?obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta?.

?Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie ? ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore ? ha chiosato il Commissario ? possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork?.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Giornale dItalia

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

10/05/2023 11:57

Lanciato lo spot per la tv #loparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/10/2023

ilgiornaleditalia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 1.011
Utenti unici: 198.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/10/2022

efanews.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 600
Utenti unici: 197.000

https://www.efanews.eu/it/item/27311-dai-droni-alle-app-il-biologico-delle-marche-guarda-al-futuro.html

Dai droni alle app: il biologico delle Marche guarda al futuro

Dai droni alle app: il biologico delle Marche guarda al futuroUsiamo i cookie per fornire un'esperienza più sicura e per rivolgere alcune inserzioni al pubblico giusto. Cliccando o navigando sul sito, acconsenti alla raccolta da parte nostra di informazioni tramite i cookie. Puoi anche disattivare la personalizzazione degli annunci o consultare la nostra informativa privacy .
Non riceve alcun finanziamento pubblico Direttore responsabile: CLARA MOSCHINI
Presentati i risultati del progetto Biocereals 4.0
Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle app per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola. Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l'agricoltura biologica delle Marche ha avuto l'opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore. I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati ieri nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba (An).
"Biocereals 4.0 –ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello-, è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano". Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare. "In agricoltura biologica – ha dichiarato Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria alla Politecnica– le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema". Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

dell’ambizioso obiettivo dell’Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo biologico.
Gianluca Regoli di Apra-Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio. Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell’intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.
Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. “Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare –, ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L’innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze”.
Al convegno sono intervenuti inoltre Giovanni Girolomoni, presidente dell'omonima cooperativa; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm.
L’esperienza di Biocereals 4.0 confluirà in un nuovo progetto che prenderà avvio alla fine di quest’anno e che proseguirà sulla strada della transizione ecologica e digitale delle aziende biologiche marchigiane.
CTim - 27311 Ancona, Italia, 28/10/2022 18:18 EFA News - European Food Agency Simili
Studi e ricercheAGRIcoltura100, in arrivo il report
Terza edizione dello studio di Confagricoltura e Reale Mutua curato da Innovation Team
Martedì 31 gennaio alle 11, nella sede di Confagricoltura a Palazzo Della Valle a Roma, verrà presentata la 3a edizione del Rapporto AGRIcoltura100, progetto avviato da Confagricoltura e Reale Mutua, c... continua
Studi e ricercheCentromarca/2. Pagnoncelli (Ipsos): “Italiani pessimisti sul breve periodo"
"Il miglioramento del clima sociale del 2021 è stato vanificato"
"Non si può immaginare il futuro dei consumi senza tenere conto del sentiment delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

famiglie italiane che, nel corso di soli tre anni, hanno vissuto un’inedita concentrazione e convergenza di eventi cr... continua

Studi e ricercheMondelez, lo snack sostituisce il pasto e aiuta le relazioni

La multinazionale pubblica il report State of snacking: lo spuntino prende piede nel mondo e diventa "sostenibile"

Mondelēz International pubblica il quarto rapporto annuale sullo State of snacking uno studio che esamina i comportamenti dei consumatori a livello globale e che investiga i driver di scelta degli snack... continua

Ultimi video

Agenzia di Stampa

Agenzia: EFA News - European Food Agency Direttore responsabile: CLARA MOSCHINI Direttore editoriale: LUCA MACARIO Casa editrice: WFPA S.r.l. Partita IVA: 14324171009 © 2023: EFA News - European Food Agency Agenzia di stampa registrata presso il Registro della Stampa del Tribunale di Roma con il numero 131/2018 e presso il Registro degli Operatori di Comunicazione con il numero 32403

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

27/01/2023

anconatoday.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 549
Utenti unici: 190.000

https://www.anconatoday.it/aziende/droni-app-biologico-marche.html

Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuro

Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuroVenerdì, 27 Gennaio 2023

Presentati i risultati del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello con Univpm e Apra – Var

Redazione 28 ottobre 2022 17:01 Condividi

Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle app per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola. Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l'agricoltura biologica delle Marche ha avuto l'opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore. I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati ieri nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba presso l'azienda Mario Lucchetti. «Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello - è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano».

Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare. «In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema». Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte dell'ambizioso obiettivo dell'Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo biologico.

Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio. Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.

Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. «Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze».

Al convegno sono intervenuti inoltre Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm. L'esperienza di Biocereals 4.0 confluirà in un nuovo progetto che prenderà avvio alla fine di quest'anno e che proseguirà sulla strada della transizione ecologica e digitale delle aziende biologiche marchigiane.

© Riproduzione riservata

1. Aziende
2. Quartiere Adriatico
4. Passetto

Potrebbe interessarti

Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuro

Canali

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Agro Notizie

Sana 2023, il successo del biologico

09/12/2023 11:29

650 espositori, cinquecento prodotti novità, 12.500 visitatori professionali, duecento hosted buyer internazionali da trenta Paesi e 2mila incontri B2B: ecco i numeri della 35esima edizione Numerosi gli stand del Salone Internazionale del Biologico e del Naturale - Fonte foto: Absolut Group - Sana Sono i numeri a confermare il ruolo prioritario del Sana, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale che chiude l' edizione 2023 (la 35esima) con 650 espositori, 20mila metri quadrati di superficie espositiva e 12.500 operatori, il 10% dei quali provenienti dall'estero. Il dato dei 12.500 accessi (lo stesso registrato dalla precedente edizione) è questa volta da intendersi come esclusivamente in accezione B2B : il fatto che il Salone, pur non rivolgendosi più a un pubblico generico, abbia mantenuto invariata l'affluenza, centrando al contempo l'obiettivo di una maggiore e più selettiva qualificazione delle presenze, testimonia l'efficacia del nuovo corso intrapreso. Sono trenta i Paesi rappresentati: Austria, Belgio, Bulgaria, Canada, Colombia, Corea del Sud, Danimarca, Emirati Arabi, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Iraq, Irlanda, Israele, Italia, Marocco, Messico, Moldavia, Perù, Regno Unito, Romania, Serbia, Singapore, Spagna, Slovenia, Stati Uniti, Svezia e Ungheria. Questi buyer e le aziende espositrici dei tre settori dell'evento (Organic & Natural Food, Care & Beauty e Green Lifestyle) hanno partecipato a circa 2mila appuntamenti B2B (networking e scambi commerciali) organizzati da BolognaFiere e Ice. Ottimo anche il numero degli espositori, 650, e delle presenze estere, con il coinvolgimento, fra gli altri, di Austria, Germania, Giappone, Grecia, Sudafrica, Ucraina e America Latina. Volgendo lo sguardo al fronte interno, sono cinque le regioni italiane che hanno preso parte a questa edizione e tra queste vi sono alcune delle più significative in termini di superficie agricola destinata a biologico: Calabria, Emilia Romagna, Marche, Puglia e Sardegna. Hanno suscitato grande interesse anche le aree e le aziende di Cia, Coldiretti, Camera di Commercio di Bologna e del Masaf. "La svolta B2B ha

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

12/09/2023

AgroNotizie
le novità per l'agricoltura

EAV: € 949
Utenti unici: 183.000

Argomento: Consorzio

Sana 2023, il successo del biologico

650 espositori, cinquecento prodotti novità, 12.500 visitatori professionali, duecento hosted buyer internazionali da trenta Paesi e 2mila incontri B2B: ecco i numeri della 35esima edizione Numerosi gli stand del Salone Internazionale del Biologico e del Naturale - Fonte foto: Absolut Group - Sana Sono i numeri a confermare il ruolo prioritario del Sana, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale che chiude l' edizione 2023 (la 35esima) con 650 espositori, 20mila metri quadrati di superficie espositiva e 12.500 operatori, il 10% dei quali provenienti dall'estero. Il dato dei 12.500 accessi (lo stesso registrato dalla precedente edizione) è questa volta da intendersi come esclusivamente in accezione B2B : il fatto che il Salone, pur non rivolgendosi più a un pubblico generico, abbia mantenuto invariata l'affluenza, centrando al contempo l'obiettivo di una maggiore e più selettiva qualificazione delle presenze, testimonia l'efficacia del nuovo corso intrapreso. Sono trenta i Paesi rappresentati: Austria, Belgio, Bulgaria, Canada, Colombia, Corea del Sud, Danimarca, Emirati Arabi, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Giappone, Iraq, Irlanda, Israele, Italia, Marocco, Messico, Moldavia, Perù, Regno Unito, Romania, Serbia, Singapore, Spagna, Slovenia, Stati Uniti, Svezia e Ungheria. Questi buyer e le aziende espositrici dei tre settori dell'evento (Organic & Natural Food, Care & Beauty e Green Lifestyle) hanno partecipato a circa 2mila appuntamenti B2B (networking e scambi commerciali) organizzati da BolognaFiere e Ice. Ottimo anche il numero degli espositori, 650, e delle presenze estere, con il coinvolgimento, fra gli altri, di Austria, Germania, Giappone, Grecia, Sudafrica, Ucraina e America Latina. Volgendo lo sguardo al fronte interno, sono cinque le regioni italiane che hanno preso parte a questa edizione e tra queste vi sono alcune delle più significative in termini di superficie agricola destinata a biologico: Calabria, Emilia Romagna, Marche, Puglia e Sardegna. Hanno suscitato grande interesse anche le aree e le aziende di Cia, Coldiretti, Camera di Commercio di Bologna e del Masaf. "La svolta B2B ha significato cambiare passo, sul piano dell'operatività e della

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

visione strategica. Con questa scelta BolognaFiere ha voluto rispondere a una precisa richiesta da parte delle aziende e ha saputo valorizzare la vocazione all' export e all' internazionalizzazione di Sana e del settore biologico e naturale nel suo complesso" ha commentato Claudia Castello, Exhibition manager del Salone. "L'esito di questa svolta può dirsi fin da ora positivo, come testimoniato dagli stessi espositori, dalla significativa presenza di buyer qualificati, dalla qualità degli approfondimenti proposti. Sana è riuscita a consolidare il proprio ruolo di stimolo per il comparto e per le aziende, delle quali ha promosso prodotti e novità verso una platea molto ampia, attraverso una molteplicità di canali fisici e digitali". Ha raccolto feedback positivi il ricco palinsesto convegnistico della manifestazione: incontri e talk hanno fatto registrare circa un appuntamento ogni ora, arrivando complessivamente a quota ottanta e con circa 4.500 presenze. Concentrandosi su questo dato, 1.500 operatori qualificati hanno preso parte al programma di SanaTech, punto di riferimento per lo sviluppo della filiera agroalimentare, zootecnica e del benessere ecosostenibile. Ismea. Presentata alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio, di Nicoletta Maffini, presidente di Assobio, di Francesco Torriani, coordinatore del settore Biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial, ovvero l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella, la campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". "La campagna ha l' obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni" ha affermato Luigi D'Eramo.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

La Legge per Tutti

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:24 LUCA SARDELLA;

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

LA LEGGE PER TUTTI
INFORMAZIONE E CONSULENZA LEGALE

EAV: € 723
Utenti unici: 181.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/09/2023

laragione.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 966
Utenti unici: 179.000

https://laragione.eu/adnkronos/sostenibilita/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

sanremonews.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 905
Utenti unici: 154.000

https://www.sanremonews.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Link originale: https://www.giornaletrentino.it/terra-e-gusto/alleanza-cooperative-risorse-per-imprese-bio#...

giornaletrentino.it

Alleanza cooperative, risorse per imprese bio riunite in filiera

09/22/2023 18:10 PRIMO PIANO;

- "Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre.

 "La programmazione della politica agricola 2023/2027 - argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi".

 Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana. (ANSA).
 In primo piano.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

giornaletrentino.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 677
Utenti unici: 152.000

Alleanza cooperative, risorse per imprese bio riunite in filiera

- "Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre. "La programmazione della politica agricola 2023/2027 - argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi". Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana. (ANSA). In primo piano.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Oggi Treviso

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea.

09/08/2023 02:15

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

Oggi Treviso

EAV: € 892
Utenti unici: 149.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea.

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

altoadige.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 662
Utenti unici: 145.000

Link originale: https://www.altoadige.it/terra-e-gusto/alleanza-cooperative-risorse-per-imprese-bio-riunit#...

altoadige.it

Alleanza cooperative, risorse per imprese bio riunite in filiera

09/22/2023 18:07

- "Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre.

 "La programmazione della politica agricola 2023/2027 - argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi".

 Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana. (ANSA).
 Attualità.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

altoadige.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 662
Utenti unici: 145.000

Alleanza cooperative, risorse per imprese bio riunite in filiera

- "Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre. "La programmazione della politica agricola 2023/2027 - argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi". Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana. (ANSA). Attualità.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

altoadige.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 752
Utenti unici: 145.000

https://www.altoadige.it/terra-e-gusto/ok-a-progetto-da-7-milioni-di-euro-per-consorzio-marche-bio-1.3587029

Ok a progetto da 7 milioni di euro per Consorzio Marche Bio

(ANSA) - ANCONA, 23 SET - In concomitanza con la Giornata Europea per il Bio, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del Psr-Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini -. Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione". Il progetto, "distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" spiega Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, sottolineando la necessità di "aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie e ai giovani". Il Consorzio ad oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La Sau (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro. (ANSA).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/07/2023

TEATRO NATURALE

EAV: € 468
Utenti unici: 142.000

Argomento: Consorzio

https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/40157-sempre-piu-vicino-il-traguardo-del-25-delle-superfici-agricole-in-biologico-in-italia.htm

Sempre più vicino il traguardo del 25% delle superfici agricole in biologico in Italia

L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico. Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con la sostenibilità produttiva L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione.

Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni.

Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente - Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti - Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida.

L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo - Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico.

A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus.

"L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano".

"L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa - ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha concluso il sottosegretario Masaf - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne".

"Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale - ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi - ha chiosato il Ministro - che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

ismea.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 467
Utenti unici: 142.000

https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12433

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo.

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo.

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo.

Si è tenuto oggi presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e della città dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore.

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione.

Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni.

Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente - Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti - Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida.

L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo - Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico.

A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus.

"L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano".

"L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa - ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha concluso il sottosegretario Masaf - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne".

"Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale - ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi - ha chiosato il Ministro - che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/06/2023

corriereadriatico.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 380
Utenti unici: 140.000

Link originale: https://www.corriereadriatico.it/marche/marche_azienda_caseificio_trevalli_60_anni_attivit#...

Anche il ministro Lollobrigida per il compleanno di TreValli: «60 anni di crescita»

06/05/2023 07:45

di Massimo Foghetti Lunedì 5 Giugno 2023, 07:42 2 Minuti di Lettura FANO - È iniziata con la partecipazione all'incontro al Tar hotel organizzato dalla TreValli cooperlat ieri la visita a Fano del ministro della agricoltura Francesco Lollobrigida , che ha voluto essere presente alle celebrazioni per il compimento di 60 anni di attività di una ditta marchigiana che, fondata a Macerata , è diventata il terzo gruppo lattiero caseario d'Italia aggregando molti piccoli caseifici sociali e numerosi allevatori sparsi nelle Marche (presente anche a Colli al Metauro), acquisendo poi nuove realtà su scala nazionale, moltiplicando gli investimenti e coniugando innovazione e tradizione, come ha riconosciuto anche Francesco Torriani presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche. Oggi opera in 6 regioni italiane e segna un fatturato di circa 245 milioni di euro, di cui il 24 per cento all'estero. Il ministro Lollobrigida è stato accolto dal presidente della società Piero Cimarelli che ha relazionato sull'attività dell'azienda e ha evidenziato le necessità del settore. Soprattutto l'esigenza di difendere i nostri prodotti e di distinguerli rispetto ai consumatori dalla concorrenza portata da altri Paesi. Con lui sono intervenuti anche il presidente della commissione agricoltura della Camera dei deputati Mirco Carloni e il presidente della giunta regionale Francesco Acquaroli. Il ministro si è congratulato con la TreValli per i risultati raggiunti; le ha riconosciuto il merito di aver puntato soprattutto la qualità dei suoi prodotti che ora si trovano anche in numerosi paesi esteri: Turchia, Corea del Sud, Francia, Grecia, Germania, Arabia Saudita, Svizzera, Egitto. «Noi – ha dichiarato Lollobrigida – siamo conosciuti nel mondo come il Paese della qualità, con grande riscontro in termini commerciali; dobbiamo però insistere perché i cittadini, i consumatori, siano messi in grado di effettuare le loro scelte attraverso una informazione corretta e questo è uno dei compiti che ci siamo assunti per difendere i nostri prodotti a livello

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/06/2023

corriereadriatico.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 380
Utenti unici: 140.000

Anche il ministro Lollobrigida per il compleanno di TreValli: «60 anni di crescita»

FANO - È iniziata con la partecipazione all'incontro al Tar hotel organizzato dalla TreValli cooperlat ieri la visita a Fano del ministro della agricoltura Francesco Lollobrigida , che ha voluto essere presente alle celebrazioni per il compimento di 60 anni di attività di una ditta marchigiana che, fondata a Macerata , è diventata il terzo gruppo lattiero caseario d'Italia aggregando molti piccoli caseifici sociali e numerosi allevatori sparsi nelle Marche (presente anche a Colli al Metauro), acquisendo poi nuove realtà su scala nazionale, moltiplicando gli investimenti e coniugando innovazione e tradizione, come ha riconosciuto anche Francesco Torriani presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche. Oggi opera in 6 regioni italiane e segna un fatturato di circa 245 milioni di euro, di cui il 24 per cento all'estero. Il ministro Lollobrigida è stato accolto dal presidente della società Piero Cimarelli che ha relazionato sull'attività dell'azienda e ha evidenziato le necessità del settore. Soprattutto l'esigenza di difendere i nostri prodotti e di distinguerli rispetto ai consumatori dalla concorrenza portata da altri Paesi. Con lui sono intervenuti anche il presidente della commissione agricoltura della Camera dei deputati Mirco Carloni e il presidente della giunta regionale Francesco Acquaroli. Il ministro si è congratulato con la TreValli per i risultati raggiunti; le ha riconosciuto il merito di aver puntato soprattutto la qualità dei suoi prodotti che ora si trovano anche in numerosi paesi esteri: Turchia, Corea del Sud, Francia, Grecia, Germania, Arabia Saudita, Svizzera, Egitto. «Noi - ha dichiarato Lollobrigida - siamo conosciuti nel mondo come il Paese della qualità, con grande riscontro in termini commerciali; dobbiamo però insistere perché i cittadini, i consumatori, siano messi in grado di effettuare le loro scelte attraverso una informazione corretta e questo è uno dei compiti che ci siamo assunti per difendere i nostri prodotti a livello europeo».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Italia Fruit

Il bio italiano vicino al target del 25% delle superfici

07/06/2023 06:07 Ufficio Stampa Ismea

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato nella giornata di ieri all'Aquila, presso il Palazzo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

ITALIAFRUIT NEWS

EAV: € 459
Utenti unici: 140.000

Argomento: Consorzio

Il bio italiano vicino al target del 25% delle superfici

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato nella giornata di ieri all'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni. Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente - Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti - Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo - Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus. "L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano". "L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa - ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha concluso il sottosegretario Masaf - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne". "Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale - ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi - ha chiosato il Ministro - che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

news.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 753
Utenti unici: 129.000

https://news.italy24.press/local/891695.html

Organic supply chain, over 7 million arriving for the Marche region

Organic supply chain, over 7 million arriving for the Marche region

The new project for the organic supply chain in the Marche could not have started in a better week: just before the European Organic Day which falls tomorrow, Saturday 23 September, the Organic Marche Consortium received approval for the project from the Marche Region ConMarcheBio supply chain pursuant to the PSR – Integrated Agri-food Supply Chain Projects (PIF). The project focuses on the valorisation of organic arable land in the Marche and involves a series of investments, both immaterial, such as information, promotion, consultancy and innovation services, and material, such as corporate and agro-industrial investments for a total value of over 7 million EUR.

“After having started the establishment of the largest Organic District in Europe, the Marche is preparing to give continuity and substance to regional policies in support of organic agriculture by approving a regional project which aims to give an important future to the arable land of our region, which memory represent overall over 50% of the regionally used agricultural surface – comments the Councilor for Agriculture of the Marche Region Andrea Maria Antonini – The ConMarcheBio Supply Chain project has the merit of providing strategic investments capable of promoting the integration between agricultural production, transformation and marketing, therefore to respond to the growing demands of the market which is increasingly attentive to the value of organic food”.

“Confirming the commitment of the Marche Biological Consortium in favor of

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

regional organic agriculture with particular attention to aggregation and innovation, we are pleased to communicate the approval of “ConMarcheBio’ supply chaina project distributed over the three-year period 2023/2025 which is divided into five areas of intervention aimed not only at agricultural companies, such as consultancy services, and agricultural cooperatives such as structural investments, but also at the wide audience of standard consumers interested in organic, but not yet loyal” comments Francesco Torriani, President of the Marche Biological Consortium.

It will therefore be important to increase communication campaigns aimed at families, but also at young people for whom health and environmental protection are values that are no longer negligible. The project includes specific promotional actions, such as meetings with the press and citizens, but also information and awareness campaigns, open days for adults and children and workshops.

The Marche Consortium currently aggregates in the supply chain 430 agricultural businesses and brings together three leading cooperatives in the organic supply chain made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa and la Terra e il Cielo Cooperativa. The UAA (Used Agricultural Surface) contracted by the Marche Bio Consortium supply chain exceeds 8 thousand hectarestotal of 20 thousand tons of raw material work per year, with a sales overall from the Oltre supply chain 20 million euros.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

efanews.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 734
Utenti unici: 129.000

https://www.efanews.eu/it/item/34858-biologico-alleanza-cooperative-si-punti-a-sostegno-domanda-e-filiere.html

Biologico. Alleanza Cooperative: "Si punti a sostegno domanda e filiere"

Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere".

"Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore biologico Francesco Torriani – come abbiamo già fatto nei diversi tavoli di confronto avuti al ministero, la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Nel corso dell'incontro, nel quale il presidente Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, dal vino alla pasta all'ortofrutta, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, che sono finalizzati com'è noto a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Tra i temi affrontati nel colloquio con il sottosegretario D’Eramo, anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, al fine di poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/02/2023

ilcittadinodirecanati.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 376
Utenti unici: 123.000

https://www.ilcittadinodirecanati.it/notizie-territorio-marche/69579-cmb-convegno-sui-fondi-europei-a-sostegno-del-sistema-agricolo-bio-marchigiano

CMB - Convegno sui fondi europei a sostegno del sistema agricolo bio marchigiano

CMB - Convegno sui fondi europei a sostegno del sistema agricolo bio marchigianoCMB - Convegno sui fondi europei a sostegno del sistema agricolo bio marchigiano

Pubblicato: Giovedì 24 Marzo 2022 - 21:31

Visite: 481

ANCONA - La mano green tesa verso il futuro della digitalizzazione, con questa immagine potrebbe essere rappresentato il convegno 'Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale' che si è tenuto stamattina presso la sala delle conferenze della Federazione Marchigiana Bcc di Ancona.

Organizzato dal Consorzio Marche Biologiche, in collaborazione con Confcooperative Marche, Iccrea Banca Spa, ConfidiCoop Marche, Food Brand Marche, Cluster Agrifood Marche e Ismea, il meeting incentrato sulle opportunità offerte dai fondi PNRR e PSR Marche ha richiamato numerosi operatori del settore fra cooperative socie, stakeholders e partner.

"Ad oggi gli strumenti a disposizione delle filiere bio nelle Marche sono validi ed adeguati per rendere possibile la transizione ecologica; fondamentale in questo senso adottare una visione di insieme per il nostro sistema agricolo biologico marchigiano" ha dichiarato Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Bio.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Dopo i saluti del Presidente della Federazione Marchigiana BCC Sergio Cugini, sono intervenuti il Presidente Ismea Angelo Frascarelli, il Direttore Generale Promozione della Qualità Agroalimentare del Mipaaf Oreste Gerini e il Dirigente Servizio Agricoltura della Regione Marche Lorenzo Bisogni. Come Responsabile Crediti Agrari di Iccrea Banca ha preso la parola Marco Mancinelli; a seguire gli interventi del Presidente ConfidiCoop Marche Giovanni Bernardini e Massimo Fileni in qualità di Presidente Agrifood Marche.

Importante la testimonianza delle realtà cooperative intervenute al convegno le quali, pur attraversando un periodo difficile fra crisi energetica e instabilità nell'est Europa, sono desiderose di guardare avanti facendo leva sulle risorse europee, verso un futuro sempre più ecosostenibile.

Il Consorzio Marche Bio sta inoltre attivando nuovi servizi di consulenza a supporto dei progetti di filiera destinati principalmente agli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale per essere concretamente al fianco delle filiere bio, anche attraverso webinar dedicati.

"Senza mai dimenticarci che la mission dell'agricoltura è produrre cibo per una sana e corretta alimentazione, è nostro dovere sottolineare che il sistema agricolo bio è anche e soprattutto una fonte di lavoro; l'evoluzione politica in questo senso dal 2019 ad oggi si è dimostrata favorevole per investimenti green e digitalizzazioni, strumenti davvero alla portata degli addetti del settore" ha concluso il Presidente Torriani.

Nel rispetto delle norme anticovid, si sono riunite presso la sala conferenze della BCC di Ancona oltre 60 persone, mentre gli utenti collegati da remoto sono stati oltre 20.

Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 400 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Segui la nostra pagina Facebook

Sabato 4 Febbraio 10:10

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/02/2023

ilcittadinodirecanati.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 391
Utenti unici: 123.000

https://www.ilcittadinodirecanati.it/notizie-territorio-marche/69439-la-transizione-ecologica-e-digitale-del-sistema-agricolo-regionale-mercoledi-l-incontro-organizzato-da-cmb-sulle-opportunita-del-pnrr-e-del-psr-marche

La transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale. Mercoledì l'incontro organizzato da CMB sulle opportunità del PNRR e del PSR Marche

La transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale. Mercoledì l'incontro organizzato da CMB sulle opportunità del PNRR e del PSR MarcheLa transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale. Mercoledì l'incontro organizzato da CMB sulle opportunità del PNRR e del PSR Marche

Pubblicato: Venerdì 18 Marzo 2022 - 10:26

Visite: 322

ANCONA - Presentare in maniera semplice e diretta le opportunità offerte dal PNRR e dal PSR Marche per l'agricoltura marchigiana è la mission del convegno 'Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale' in programma ad Ancona mercoledì 23 marzo, dalle 10 alle 13, presso la sala delle conferenze della Federazione Marchigiana Bcc (in Via Sandro Totti, 11). L'evento è organizzato dal Consorzio Marche Biologiche in collaborazione con Confcooperative Marche, Iccrea Banca Spa, ConfidiCoop Marche, Food Brand Marche, Cluster Agrifood Marche e Ismea.

"Crediamo che i bandi messi a disposizione del PNRR e dal PSR Marche siano un'importante opportunità per la transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale; - dichiara il Presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani – ciò che sta succedendo in questo periodo indubbiamente difficile, anche a causa

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

della Guerra in Ucraina, non deve essere usato strumentalmente per ritardare la messa a terra degli obiettivi ambiziosi nel Green Deal Europeo, semmai dovrebbe essere l'occasione per accelerare, sburocratizzare le procedure e rendere queste opportunità realistiche per l'intero sistema agricolo nazionale e regionale."

Dopo i saluti del Presidente CMB Torriani e del Presidente della Federazione Marchigiana BCC Sergio Cugini, nella prima sessione del meeting prenderà la parola il Presidente Ismea Angelo Frascarelli, seguito dal Direttore Generale Promozione della Qualità Agroalimentare del Mipaaf Oreste Gerini che presenterà i Contratti di filiera nazionali nell'ambito del PNRR e Lorenzo Bisogni, Dirigente Servizio Agricoltura della Regione Marche, che tratterà le filiere agroalimentari nell'ambito del PSR Marche.

Per la seconda sessione interverranno Marco Mancinelli, Responsabile Crediti Agrari di Iccrea Banca, sui servizi bancari a supporto dell'agribusiness, il Presidente ConfidiCoop Marche Giovanni Bernardini per i servizi per agevolare l'accesso al credito delle imprese agricole ed infine Massimo Fileni, Presidente Agrifood Marche, sul tema dell'innovazione e ricerca a supporto del sistema agricolo regionale. Dopo la testimonianza delle principali realtà cooperative bio marchigiane, le conclusioni saranno portate dal Vice Presidente e Assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Mirco Carloni.

"Fondamentale sarà la professionalità dei partenariati pubblico privati che si metteranno in atto per sostenere la progettazione e la realizzazione degli interventi con i relativi servizi di consulenza; – conclude il Presidente Torriani – altrettanto importanti senza ombra di dubbio saranno i ruoli del Governo e della Regione, ma altrettanto dirimente sarà il ruolo degli Istituti bancari, dei Confidi, delle Università e della Cooperazione. In particolare, come cooperazione impegnata nella filiera regionale biologica, ci stiamo già organizzando nell'attivazione di nuovi servizi di consulenza a supporto dei progetti di filiera destinati principalmente agli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale. Una sfida importante, che dobbiamo saper cogliere come sistema produttivo regionale."

Sarà possibile partecipare online al convegno collegandosi al seguente link:
https://confcooperativemarche.my.webex.com/meet/confcooperative.marche
(Riunione n. 140-685-101; PIN: 8819). Per partecipare in presenza, per motivi organizzativi, è necessario prenotarsi allo 0721/720221 o via mail scrivendo a 'Questo indirizzo email è protetto dagli spambots. È necessario abilitare JavaScript per vederlo.'. In conformità alle disposizioni legate alla pandemia, è obbligatorio

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

essere in possesso del green pass rafforzato e indossare sempre la mascherina
Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 400 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.
Segui la nostra pagina Facebook
Sabato 4 Febbraio 10:10

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/02/2023

ilcittadinodirecanati.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 401
Utenti unici: 123.000

https://www.ilcittadinodirecanati.it/notizie-territorio-marche/73411-consorzio-marche-biologiche-per-le-piccole-imprese-il-pnrr-non-bastera

Consorzio Marche Biologiche: per le piccole imprese il PNRR non basterà

Consorzio Marche Biologiche: per le piccole imprese il PNRR non basteràConsorzio Marche Biologiche: per le piccole imprese il PNRR non basterà

Pubblicato: Giovedì 22 Settembre 2022 - 17:43

Visite: 239

ANCONA - In occasione della Giornata europea dell'agricoltura biologica, che si celebra il 23 settembre, il presidente Torriani punta l'attenzione sulle necessità del settore: "Fondamentale rafforzare l'approccio di filiera"

Il 23 settembre si celebra la Giornata europea dell'agricoltura biologica, istituita dall'Unione europea nel quadro di una strategia che punta a favorire la crescita del settore. In occasione di questa ricorrenza il Consorzio Marche Biologiche, realtà che riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana, punta l'attenzione sulle esigenze di un comparto vitale. Un comparto che ha delle implicazioni non solo agronomiche, ma anche economiche, sociali e culturali, tali da renderlo non solo un "metodo produttivo", ma sempre più un modello e uno strumento per lo sviluppo rurale delle nostre regioni.

Le Marche sono la culla del biologico italiano, grazie ad agricoltori che già negli anni '70 hanno avviato le prime importanti esperienze. La Superficie Agricola Utilizzata (Sau) dedicata al biologico nelle Marche ha superato i 100.000 ettari, quasi il 25%

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

della Sau regionale. Le nostre aziende bio si differenziano per l'elevata qualità delle produzioni e ricevono importanti riconoscimenti, tra i più recenti quello della cooperativa Girolomoni risultata finalista degli EU Organic Awards promossi dalla Commissione europea. Inoltre, il nuovo Distretto biologico Marche istituito dalla Regione rappresenta un ulteriore importante strumento per rafforzare il settore.
"Per mettere a frutto queste eccellenze – afferma il presidente del Consorzio Marche Biologiche, Francesco Torriani – occorre attrezzare le imprese per affrontare uno scenario sempre più complesso. Il Consorzio sta agendo proprio in
questo senso; in particolare sta supportando le cooperative con le relative aziende agricole socie nella presentazione di un importante progetto di filiera, sia ai sensi del PNRR che PSR Marche, e negli investimenti in campo energetico e per l'innovazione, che va dalla selezione di nuove varietà alla digitalizzazione fino ai servizi di consulenza. Infatti, a fattori prevedibili come il calo dei consumi alimentari nel post-pandemia e l'aumento dei competitor sul terreno della sostenibilità – sottolinea Torriani - si è aggiunta la crisi geopolitica, con l'impennata dei prezzi dell'energia e delle materie prime. In questo contesto bisogna rafforzare l'approccio di filiera: filiere forti e strutturate, con capacità di progettazione e innovazione, affrontano meglio le distorsioni del mercato. A fare le spese di questa crisi saranno soprattutto le piccole aziende, quelle non inserite in un sistema aggregato; non basteranno più i contributi della Pac né quelli del PNRR: servono organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera. Riguardo l'emergenza energetica, uno strumento particolarmente importante è rappresentato dalle comunità energetiche, che forniscono un modello innovativo per la produzione, distribuzione e consumo di energia proveniente da fonti rinnovabili: l'auspicio è che il nuovo governo acceleri sui decreti attuativi per realizzarle".
Altri punti nodali riguardano il sostegno alla domanda e l'aumento della produttività: "Crescono gli ettari convertiti al biologico e di conseguenza l'offerta di prodotti: nel proliferare di marchi green e richiami alla sostenibilità, essere semplicemente bio non basta più: servono campagne promozionali d'impatto capaci di comunicare con efficacia la qualità delle produzioni bio."
"Infine, non certo per importanza - conclude Torriani, che è anche presidente di Confcooperative FedagriPesca Marche -, la questione climatica, di drammatica attualità nella nostra regione: alluvioni in autunno e siccità in estate. L'alluvione che nella scorsa settimana ha messo in ginocchio una parte significativa della nostra regione ci ricorda per l'ennesima volta che il pianeta Terra sta male e che le conseguenze dei cambiamenti climatici rischiano di avere un effetto devastante

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sulle nostre comunità locali. E' evidente che in termini politici generali vanno perseguite con determinazione le politiche coerenti con gli obiettivi del Green Deal europeo, senza ripensamenti e dilazionamenti. In termini concreti e amministrativi, occorre senza indugio mettere mano al governo del territorio con delle procedure che semplifichino e accelerino i lavori di manutenzione degli invasi, mettendo in sicurezza con gli investimenti necessari e appropriati le aree più a rischio del nostro territorio regionale".

Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 400 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Segui la nostra pagina Facebook

Sabato 4 Febbraio 10:10

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

il denaro.it

EAV: € 813
Utenti unici: 120.000

Argomento: Consorzio

https://www.ildenaro.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta ‘biologico’ come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Notizie

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:31

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022,... Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

notizie.it

EAV: € 779
Utenti unici: 107.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022,... Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Agri Cultura

Biologico. Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo

07/05/2023 15:13

L'AQUILA – L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore del biologico verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

agricultura.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 362
Utenti unici: 106.000

Biologico. Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo

L'AQUILA - L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore del biologico verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni. Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente - Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti - Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo - Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus. "L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano". "L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa - ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha concluso il sottosegretario Masaf - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne". "Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale - ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi - ha chiosato il Ministro - che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

25/01/2023

viverefano.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 346
Utenti unici: 102.000

https://www.viverefano.com/2022/05/07/startup-tunisie-comune-di-fano-capofila-di-un-progetto-di-cooperazione-territoriale/2100175834

Startup Tunisie, Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale

Startup Tunisie, Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale5' di lettura Fano 06/05/2022 - I rapporti di cooperazione del Comune di Fano con la Tunisia sono al centro di un progetto “Startup Tunisie”, co-finanziato dall’Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo (Bando AICS - Iniziativa Partenariati territoriali) e finalizzato a promuovere opportunità lavorative nella regione nord-ovest della Tunisia, attraverso la creazione di startup del sistema agroalimentare, con l'obiettivo di costruire relazioni di conoscenze tra imprese agricole biologiche marchigiane e imprese tunisine.

Il partenariato italo-tunisino con Fano ente capofila è composto da Lega delle Autonomie Locali - Legautonomie, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo - Dipartimento di Economia, Società, Politica, CEFA onlus, Consorzio Marche Biologiche, Fondazione Agraria Cante di Montevecchio e altri partner tunisini. Il progetto, avviato nel 2018, terminerà con la visita della delegazione di imprenditori agricoli tunisini, in arrivo il 9 maggio a Fano, e la presentazione dei risultati del progetto, illustrati nel convegno, in programma giovedì 12 maggio (ore 14.30) alla MeMo - Mediateca Montanari, sull'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale.

“Il progetto – afferma il sindaco Massimo Seri - si traduce in un aiuto sostanziale allo sviluppo di paesi con un forte ritardo, al fine di stimolare una crescita effettiva e un cambiamento concreto in zone del mondo più in difficoltà. E' stata un'esperienza importante che, oltre a valorizzare il ruolo centrale dei partner coinvolti, ribadisce il ruolo dei comuni e l'importanza della cooperazione territoriale, dando vita a nuovi legami e proficui rapporti economici e commerciali per garantire uno sviluppo reale

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

e sostenibile nel tempo”.
La Tunisia, attraversata da una profonda crisi economica e sociale, ha da sempre rappresentato un Paese prioritario per l’Italia, sia per la prossimità geografica e culturale sia per gli scambi umani ed economici intercorsi nella storia. La regione interessata al progetto è caratterizzata da una forte sperequazione tra aree costiere e aree interne rurali. Sostenere Paesi in ritardo di sviluppo, contribuire alla riduzione della povertà e delle disuguaglianze, riconoscendo ai comuni un ruolo centrale nell'attivazione di questi processi è uno degli obiettivi più ambiziosi del progetto. In questo territorio l'agricoltura può rivestire un ruolo cardine come motore dello sviluppo economico e occupazionale, eliminando il divario con le altre regioni tunisine. Il contributo scientifico dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo è stato fondamentale. In particolare, Il Dipartimento di Economia, Società, Politica ha fornito il proprio contributo sul piano metodologico, soprattutto nelle fasi di selezione delle imprese e delle startup da finanziare e in quella della definizione degli indicatori di monitoraggio, oltre che nella scelta dei consulenti e nella costruzione di pacchetti formativi online, che si sono resi necessari a causa della pandemia da COVID-19. La collaborazione con gli altri partner e con lo staff di CEFA-Tunisia, in particolare, si è tradotta anche nell’organizzazione di eventi seminariali e convegnistici in Tunisia e in Italia. Enorme il lavoro svolto dal Consorzio Marche Biologiche per accompagnare le giovani imprese nell’adozione di modelli produttivi più sostenibili, ovvero fornendo conoscenze necessarie per la conversione al biologico.
IL PROGRAMMA DI VISITA
La delegazione tunisina, composta da sei imprenditori agricoli e due rappresentanti istituzionali, accompagnati da un delegato del Comune di Fano, dalla docente Elena Viganò dell'Università di Urbino e da Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche, sarà accolta il 9 maggio (ore 18.00) nella sede della Fondazione Agraria Cante di Montevecchio, dove sarà presentato il programma della settimana di visita e sarà proposta loro una degustazione a cura dell'Emporio dell'Altra Economia, Cooperativa Contatto.
Il programma della visita prevede: martedì 10 maggio, visita all'azienda agricola Herbio (Carignano), specializzata nella coltivazione e nella trasformazione di piante officinali biologiche; all'azienda agraria Di Sante (Carignano), che si occupa della produzione di vino e olio biologico e all'azienda agricola AgiBio Marinelli (Bellocchi), specializzata nella coltivazione di ortofrutta e produzione di marmellata e confetture. Mercoledì 11 maggio, la delegazione tunisina farà tappa a Montemaggiore (Colli al Metauro) al Caseificio Valmetauro, quindi si sposterà a Isola del Piano per la visita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

all'azienda di apicoltura Il Podere di Alunni A&S, specializzata nella produzione di miele biologico e alla Gino Girolomoni Cooperativa (centro di stoccaggio, mulino e pastificio) e al Monastero di Montebello (granoturismo e museo della civiltà contadina).

IL CONVEGNO FINALE

Giovedì 12 maggio alle ore 14.30 si terrà il convegno “L'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale”. Alla MeMo-Mediateca Montanari, dopo l'introduzione del sindaco Massimo Seri interverranno Matteo Ricci, sindaco di Pesaro e presidente Ali; Antonio Ragonesi, Anci; Marina Sereni sottosegretaria Ministero Affari Esteri; Alessandro Tassi Carboni, presidente del Consiglio del Comune di Parma; Giorgio Calcagnini, Rettore Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; Fabio Musso, Prorettore dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; Nicola Manca, Consulente Lega delle Autonomie per la Cooperazione. A seguire, dopo l'introduzione del chairman Ivan Antognozzi, si proseguirà con la presentazione e l'approfondimento del progetto Start Up Tunisie e il valore dell'impresa per il territorio ai quali parteciperanno le organizzazioni partner del progetto (Cefa, Uniurb, ConMarcheBio, Ali, Cefa Italia, Fondazione Cante di Montevecchio) gli imprenditori tunisini e i rappresentanti delle associazioni di categoria, delle imprese sociali e del Terzo settore del territorio, quali: L'Africa Chiama, Coop. Labirinto, Cooperativa Contatto, Lega Coop Marche, Confcooperative Marche, Cia Pesaro e Urbino, Coldiretti Pesaro e Urbino. Il convegno si chiuderà con le conclusioni a cura di Andrea Senatori - Direttore Sede Regionale di Tunisi di AICS - Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo, che ha co-finanziato il progetto.

In allegato il programma del convegno del 12 maggio alla Memo-Mediateca Montanari di Fano.

L'indirizzo breve è https://vivere.me/c58Y

VIVERE PESARO

VIVERE URBINO

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Abruzzo Web

CRESCE IL BIOLOGICO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENGONO IL PASSO

07/05/2023 15:15

L'AQUILA – Il biologico italiano arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, si avvicina al target comunitario del 25% ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti scelte invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. E' quanto emerso dai lavori del convegno nazionale "appuntamento con il bio" che promosso da Ismea, si è svolto oggi all'Aquila. Nel corso dell'evento, è stato presentato in anteprima il Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. Sono stati molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente, vice presidente con delega all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta, assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo. Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida è intervenuto da remoto. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni, del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

abruzzoweb.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 351
Utenti unici: 102.000

CRESCE IL BIOLOGICO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENGONO IL PASSO

L'AQUILA - Il biologico italiano arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, si avvicina al target comunitario del 25% ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti scelte invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. E' quanto emerso dai lavori del convegno nazionale "appuntamento con il bio" che promosso da Ismea, si è svolto oggi all'Aquila. Nel corso dell'evento, è stato presentato in anteprima il Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. Sono stati molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente, vice presidente con delega all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta, assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo. Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida è intervenuto da remoto. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni, del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1 del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. "Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale - ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi - ha chiosato il Ministro - che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti". "L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa - ha affermato il sottosegretario D'Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha concluso il sottosegretario Masaf - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne". "L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato a sua volta il neo commissario Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano". Ha detto invece il vice presidente Imprudente: I dati della crescita del biologico per la nostra regione sono confortanti, l'obiettivo è proseguire su questa strada per arrivare il prima possibile al target

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

europeo del 25% di terreno, rispetto agli attuali 15%. Non è un caso che abbiamo messo a disposizione delle imprese 50 milioni con il nuovo programma di sviluppo rurale, il 40% in più rispetto le precedenti programmazioni. Nella consapevolezza che la qualità del cibo e la sostenibilità delle produzioni è aspetto centrale del progetto multidisciplinare Abruzzo regione del Benessere, potrà determinare ricadute in termini di conquista di mercati competitività delle nostre imprese e e creazioni di posti di lavoro". Aggiungendo: "la maggior quota di biologico in Abruzzo riguarda il settore vitivinicolo e poi quello dell'olio uno degli obiettivi è quello di potenziare il biologico nel settore zootecnico, per garantire la massima qualità delle carni e dei altri prodotti". L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, ha infatti concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. "Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione - si legge in una nota dell'ISMEA. Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. "La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di ricchezza - si legge ancora nella nota -. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini, presidente Assobio, Giuseppe Romano, presidente AIAB, Francesco Torriani, coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia, presidente Cia -Anabio, Maria

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Letizia Gardoni, presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa, presidente di Giovani Confagricoltura Aquila.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/07/2023

ruminantia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 339
Utenti unici: 98.000

https://www.ruminantia.it/il-bio-italiano-si-avvicina-al-target-del-25-delle-superfici-ma-i-consumi-non-tengono-il-passo/

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo

Il Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo

Si è tenuto il 6 giugno presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e della città dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore.

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione.

Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEAe da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni.

Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente – Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti – Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida.

L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo – Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri – Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico.

A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus.

“L’agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell’attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti – ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell’ISMEA Avv. Livio Proietti. L’appuntamento odierno ribadisce l’attenzione dell’ISMEA verso questo settore strategico dell’agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell’agroalimentare italiano”.

“L’Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa – ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D’Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l’interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l’obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L’Aquila – ha concluso il sottosegretario Masaf – ha offerto l’occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne”.

“Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l’ equilibrio sociale – ha dichiarato il Ministro dell’agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un’attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

l’elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi – ha chiosato il Ministro – che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall’altra proteggerci da meccanismi fuorvianti”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

terraevita.edagricole.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 340
Utenti unici: 98.000

https://terraevita.edagricole.it/biologico/bio-volano-di-sviluppo-per-le-aree-interne/

Bio volano di sviluppo per le aree interne - Terra e Vita

Il biologico cresce e il modello dei biodistretti si sta dimostrando quello più efficace nel consolidare le economie locali. Gli interventi al convegno Ismea de L'Aquila del sottosegretario Luigi D'Eramo, Maria Grazia Mammuccini di Federbio, Francesco Torriani di Alleanza Coop, Giuseppe Romano di Aiab, Nicoletta Maffini di Assobio, Letizia Gardoni di Coldiretti, Giuseppe De Noia di Anabio-Cia La scelta del capoluogo abruzzese per la presentazione dei dati del biologico 2022 in occasione del convegno "Appuntamento con il bio" (vedi i riscontri su superfici, operatori e mercato cliccando qui) corrisponde all'esigenza strategica di rappresentare l'importanza del settore primario per le aree interne a forte rischio di spopolamento. 1Gli obiettivi del Ministero

«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

1Gli obiettivi del Ministero

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio

«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d'azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l'origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio
«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un'opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell'ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l'agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

E il secondo tema decisivo anche per aree come l'Aquilano, un'area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l’importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l’unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

3«Puntare su filiere integrate e cooperative»
«Per stimolare la crescita dei consumi bio – sostiene Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari – è strategica la messa a punto di efficaci programmi promozionali, con risorse pubbliche e private».

Ismea è infatti in partenza con un proprio piano dedicato al settore, ma Torriani sfida la platea abruzzese chiedendo se qualcuno ricorda in particolare qualche claim pubblicitario in favore del biologico. «I dati – ribadisce - sui consumi dei prodotti biologici nel 2022, che vedono scendere l’incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull’aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative «assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando Pnrr alle filiere biologiche». «Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica». Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). «Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d'azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l'origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».
1Gli obiettivi del Ministero

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio
«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d'azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l'origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un'opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell'ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l'agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

E il secondo tema decisivo anche per aree come l'Aquilano, un'area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l'importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l'unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

1Gli obiettivi del Ministero

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio

«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d’azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l’origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio

«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un’opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell'ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l'agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

E il secondo tema decisivo anche per aree come l'Aquilano, un'area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l'importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l'unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

3«Puntare su filiere integrate e cooperative»

Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari
«Per stimolare la crescita dei consumi bio – sostiene Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari – è strategica la messa a punto di efficaci programmi promozionali, con risorse pubbliche e private».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ismea è infatti in partenza con un proprio piano dedicato al settore, ma Torriani sfida la platea abruzzese chiedendo se qualcuno ricorda in particolare qualche claim pubblicitario in favore del biologico. «I dati – ribadisce - sui consumi dei prodotti biologici nel 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative «assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando Pnrr alle filiere biologiche». «Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica». Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). «Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda».

4Una disomogeneità territoriale da superare

«La diffusione disomogenea del bio – è l'analisi di Giuseppe Romano, presidente Aiab – con Regioni virtuose come la Toscana, Calabria, Marche, Sicilia già oltre il 25% e regioni che invece segnano il passo come Veneto e Lombardia, poco sopra il 5%, rappresenta uno dei fattori più critici». Anche perché, come evidenzia Romano, le aree con le superfici meno bio, sono quelle invece caratterizzate dal consumo più vivace. «Ben vengano dunque iniziative come il tavolo del bio voluto dal Ministero dell'agricoltura e della sovranità alimentare per studiare strategie a livello centrale per superare anche queste strozzature».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«In questa ottica l’attenzione alle aree interne, che non devono essere chiamate aree marginali, non rappresenta un ritorno al passato, ma la chiave per chiudere le filiere con una forte integrazione tra produzione e trasformazione, consentendo una valorizzazione della produzione locale anche nei mercati di riferimento».

«L’attenzione al bio – stigmatizza Romano – come opportunità di sviluppo si deve però manifestare anche a livello amministrativo: siamo all’esordio della nuova Pac e la macchina deve essere messa a punto. Sono state distribuite deroghe per qualsiasi adempimento, compreso quelli per certi versi concorrenti come l’iscrizione al sistema Sqnpi, tranne per il bio».
1Gli obiettivi del Ministero

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio
«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d’azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l’origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio
«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un’opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell’ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l’agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

E il secondo tema decisivo anche per aree come l’Aquilano, un’area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l’importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l’unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

3«Puntare su filiere integrate e cooperative»

Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Agroalimentari
«Per stimolare la crescita dei consumi bio – sostiene Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari – è strategica la messa a punto di efficaci programmi promozionali, con risorse pubbliche e private».

Ismea è infatti in partenza con un proprio piano dedicato al settore, ma Torriani sfida la platea abruzzese chiedendo se qualcuno ricorda in particolare qualche claim pubblicitario in favore del biologico. «I dati – ribadisce - sui consumi dei prodotti biologici nel 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative «assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando Pnrr alle filiere biologiche». «Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica». Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). «Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda».

4Una disomogeneità territoriale da superare

Giuseppe Romano, presidente Aiab

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«La diffusione disomogenea del bio – è l'analisi di Giuseppe Romano, presidente Aiab – con Regioni virtuose come la Toscana, Calabria, Marche, Sicilia già oltre il 25% e regioni che invece segnano il passo come Veneto e Lombardia, poco sopra il 5%, rappresenta uno dei fattori più critici». Anche perché, come evidenzia Romano, le aree con le superfici meno bio, sono quelle invece caratterizzate dal consumo più vivace. «Ben vengano dunque iniziative come il tavolo del bio voluto dal Ministero dell'agricoltura e della sovranità alimentare per studiare strategie a livello centrale per superare anche queste strozzature».

«In questa ottica l'attenzione alle aree interne, che non devono essere chiamate aree marginali, non rappresenta un ritorno al passato, ma la chiave per chiudere le filiere con una forte integrazione tra produzione e trasformazione, consentendo una valorizzazione della produzione locale anche nei mercati di riferimento».

«L'attenzione al bio – stigmatizza Romano – come opportunità di sviluppo si deve però manifestare anche a livello amministrativo: siamo all'esordio della nuova Pac e la macchina deve essere messa a punto. Sono state distribuite deroghe per qualsiasi adempimento, compreso quelli per certi versi concorrenti come l'iscrizione al sistema Sqnpi, tranne per il bio».

5Il ruolo dell'imprenditoria giovane e femminile

«L'attenzione alle aree interne – commenta Nicoletta Maffini, neopresidente di Assobio – si deve dimostrare con una maggiore attenzione verso l'imprenditoria giovanile e femminile, veri protagonisti del ripopolamento di molte zone collinari non solo in Abruzzo ma lungo tutta la catena dell'Appennino».

«Il bio – ribadisce - è la soluzone migliore per la salute dell'uomo, dell'ambiente e degli impollinatori le campagne di comunicazione devono puntare su questi valori». «Siamo in un momento di forte crisi del potere d'acquisto dei consumatori e i costi dei prodotti sono un tema da affrontare, ma non possiamo strozzare i produttori alle prese con le pesanti conseguenze dei cambiamenti climatici». «Occorre mettere in campo strumenti pragmatici per avvicinare le esigenze dei produttori e quelle dei consumatori attraverso ad esempio la riduzione dell'iva per prodotti bio freschi o il baby food, lavorare sul credito d'imposta o sulla riduzione dei costi di certificazione».

1Gli obiettivi del Ministero

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio

«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d'azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l'origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio

«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un'opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell'ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l'agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

E il secondo tema decisivo anche per aree come l'Aquilano, un'area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l'importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l'unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

3«Puntare su filiere integrate e cooperative»

Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari
«Per stimolare la crescita dei consumi bio – sostiene Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari – è strategica la messa a punto di efficaci programmi promozionali, con risorse pubbliche e private».

Ismea è infatti in partenza con un proprio piano dedicato al settore, ma Torriani sfida la platea abruzzese chiedendo se qualcuno ricorda in particolare qualche claim pubblicitario in favore del biologico. «I dati – ribadisce - sui consumi dei prodotti biologici nel 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative «assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando Pnrr alle filiere biologiche». «Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica». Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). «Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda».

4Una disomogeneità territoriale da superare

Giuseppe Romano, presidente Aiab
«La diffusione disomogenea del bio – è l'analisi di Giuseppe Romano, presidente Aiab – con Regioni virtuose come la Toscana, Calabria, Marche, Sicilia già oltre il 25% e regioni che invece segnano il passo come Veneto e Lombardia, poco sopra il 5%, rappresenta uno dei fattori più critici». Anche perché, come evidenzia Romano, le aree con le superfici meno bio, sono quelle invece caratterizzate dal consumo più vivace. «Ben vengano dunque iniziative come il tavolo del bio voluto dal Ministero dell'agricoltura e della sovranità alimentare per studiare strategie a livello centrale per superare anche queste strozzature».

«In questa ottica l'attenzione alle aree interne, che non devono essere chiamate aree marginali, non rappresenta un ritorno al passato, ma la chiave per chiudere le filiere con una forte integrazione tra produzione e trasformazione, consentendo una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

valorizzazione della produzione locale anche nei mercati di riferimento».

«L'attenzione al bio – stigmatizza Romano – come opportunità di sviluppo si deve però manifestare anche a livello amministrativo: siamo all'esordio della nuova Pac e la macchina deve essere messa a punto. Sono state distribuite deroghe per qualsiasi adempimento, compreso quelli per certi versi concorrenti come l'iscrizione al sistema Sqnpi, tranne per il bio».

5Il ruolo dell'imprenditoria giovane e femminile

Nicoletta Maffini, presidente Assobio
«L'attenzione alle aree interne – commenta Nicoletta Maffini, neopresidente di Assobio – si deve dimostrare con una maggiore attenzione verso l'imprenditoria giovanile e femminile, veri protagonisti del ripopolamento di molte zone collinari non solo in Abruzzo ma lungo tutta la catena dell'Appennino».

«Il bio – ribadisce - è la soluzone migliore per la salute dell'uomo, dell'ambiente e degli impollinatori le campagne di comunicazione devono puntare su questi valori». «Siamo in un momento di forte crisi del potere d'acquisto dei consumatori e i costi dei prodotti sono un tema da affrontare, ma non possiamo strozzare i produttori alle prese con le pesanti conseguenze dei cambiamenti climatici». «Occorre mettere in campo strumenti pragmatici per avvicinare le esigenze dei produttori e quelle dei consumatori attraverso ad esempio la riduzione dell'iva per prodotti bio freschi o il baby food, lavorare sul credito d'imposta o sulla riduzione dei costi di certificazione».

6Produrre ambiente e qualità
«Le crisi che abbiamo attraversato – ricorda Maria Letizia Gardoni presidente di Coldiretti Bio -, prima quella sanitaria, poi energetica e infine economica e geopolitica, hanno acceso un riflettore sulla vulnerabilità dei nostri sistemi produttivi». «Il sistema agroalimentare in genere – continua - e quello bio in particolare (anche per la minore dipendenza da mezzi tecnici esterni) ha dimostrato di essere il settore più resiliente, in grado di sostenere il valore della nostra economia, mostrando l'indispensabilità del nostro ruolo e giustificando il favore concesso dalla Farm To fork e la necessità di una legge e di un piano d'azione specifici».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

«Ora occorre mettere a punto strategie coerenti con questi indirizzi e con queste necessità, riconoscendo il ruolo di noi produttori bio non solo dal punto di vista della sostenibile ambientale ma anche per la capacità di produrre cibo di qualità, ma anche di distribuirlo e venderlo».

«Sfatiamo il mito del bio che produce meno, al netto dei servizi ecosistemici forniti il bilancio del benessere netto fornito pende nettamente in favore delle aziende del bio e del biodinamico».
1Gli obiettivi del Ministero

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio
«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d’azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l’origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio
«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un’opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell'ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l'agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

E il secondo tema decisivo anche per aree come l'Aquilano, un'area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l'importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l'unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

3«Puntare su filiere integrate e cooperative»

Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari
«Per stimolare la crescita dei consumi bio – sostiene Francesco Torriani,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari – è strategica la messa a punto di efficaci programmi promozionali, con risorse pubbliche e private».

Ismea è infatti in partenza con un proprio piano dedicato al settore, ma Torriani sfida la platea abruzzese chiedendo se qualcuno ricorda in particolare qualche claim pubblicitario in favore del biologico. «I dati – ribadisce - sui consumi dei prodotti biologici nel 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative «assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando Pnrr alle filiere biologiche». «Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica». Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). «Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda».

4Una disomogeneità territoriale da superare

Giuseppe Romano, presidente Aiab

«La diffusione disomogenea del bio – è l'analisi di Giuseppe Romano, presidente Aiab – con Regioni virtuose come la Toscana, Calabria, Marche, Sicilia già oltre il 25% e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

regioni che invece segnano il passo come Veneto e Lombardia, poco sopra il 5%, rappresenta uno dei fattori più critici». Anche perché, come evidenzia Romano, le aree con le superfici meno bio, sono quelle invece caratterizzate dal consumo più vivace. «Ben vengano dunque iniziative come il tavolo del bio voluto dal Ministero dell'agricoltura e della sovranità alimentare per studiare strategie a livello centrale per superare anche queste strozzature».

«In questa ottica l'attenzione alle aree interne, che non devono essere chiamate aree marginali, non rappresenta un ritorno al passato, ma la chiave per chiudere le filiere con una forte integrazione tra produzione e trasformazione, consentendo una valorizzazione della produzione locale anche nei mercati di riferimento».

«L'attenzione al bio – stigmatizza Romano – come opportunità di sviluppo si deve però manifestare anche a livello amministrativo: siamo all'esordio della nuova Pac e la macchina deve essere messa a punto. Sono state distribuite deroghe per qualsiasi adempimento, compreso quelli per certi versi concorrenti come l'iscrizione al sistema Sqnpi, tranne per il bio».

5Il ruolo dell'imprenditoria giovane e femminile

Nicoletta Maffini, presidente Assobio
«L'attenzione alle aree interne – commenta Nicoletta Maffini, neopresidente di Assobio – si deve dimostrare con una maggiore attenzione verso l'imprenditoria giovanile e femminile, veri protagonisti del ripopolamento di molte zone collinari non solo in Abruzzo ma lungo tutta la catena dell'Appennino».

«Il bio – ribadisce - è la soluzone migliore per la salute dell'uomo, dell'ambiente e degli impollinatori le campagne di comunicazione devono puntare su questi valori». «Siamo in un momento di forte crisi del potere d'acquisto dei consumatori e i costi dei prodotti sono un tema da affrontare, ma non possiamo strozzare i produttori alle prese con le pesanti conseguenze dei cambiamenti climatici». «Occorre mettere in campo strumenti pragmatici per avvicinare le esigenze dei produttori e quelle dei consumatori attraverso ad esempio la riduzione dell'iva per prodotti bio freschi o il baby food, lavorare sul credito d'imposta o sulla riduzione dei costi di certificazione».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

6Produrre ambiente e qualità

Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti Bio
«Le crisi che abbiamo attraversato – ricorda Maria Letizia Gardoni presidente di Coldiretti Bio -, prima quella sanitaria, poi energetica e infine economica e geopolitica, hanno acceso un riflettore sulla vulnerabilità dei nostri sistemi produttivi». «Il sistema agroalimentare in genere – continua - e quello bio in particolare (anche per la minore dipendenza da mezzi tecnici esterni) ha dimostrato di essere il settore più resiliente, in grado di sostenere il valore della nostra economia, mostrando l'indispensabilità del nostro ruolo e giustificando il favore concesso dalla Farm To fork e la necessità di una legge e di un piano d'azione specifici».

«Ora occorre mettere a punto strategie coerenti con questi indirizzi e con queste necessità, riconoscendo il ruolo di noi produttori bio non solo dal punto di vista della sostenibile ambientale ma anche per la capacità di produrre cibo di qualità, ma anche di distribuirlo e venderlo».

«Sfatiamo il mito del bio che produce meno, al netto dei servizi ecosistemici forniti il bilancio del benessere netto fornito pende nettamente in favore delle aziende del bio e del biodinamico».

7Un patto tra produttori e consumatori
«Le famiglie dei consumatori sono "prudenti" – mette in evidenza Giuseppe de Noia, presidente di Anabio-Cia – a causa della perdita del potere di acquisto, le famiglie dei produttori sono sfiduciate per l'insicurezza delle produzioni, minacciate come non mai dall'impatto dei cambiamenti climatici».

L'appello di De Noia è di superare questo clima di incertezza con una forte unità di intenti, sia all'interno del bio che tra diversi settori economici.

«La sostenibilità economica del sistema Italia si tutela incentivando le produzioni in grado di sostenere l'economia dei territori. Ma anche accelerando sulla costituzione di quegli organismi, come l'interprofessione, in grado di favorire questa unità di intenti sia a livello di filiere che di distretti».
1Gli obiettivi del Ministero

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Luigi D'Eramo, sottosegretario Masaf con delega per il bio

«Il progresso della nuova agricoltura – ribadisce il sottosegretario Luigi D'Eramo, aquilano di nascita - deve passare necessariamente per le aree di montagna. La produzione di alimenti di qualità è uno dei fattori decisivi per il turismo delle aree interne e occorre aiutare le piccole imprese che producono eccellenze a reggere e progredire. È bene ricordare che gli agricoltori sono i primi custodi dell'ambiente».

«Il biologico– conferma D'Eramo, che come sottosegretario ha la delega per questo settore - è una colonna portante di questa strategia, perché può essere un volano di sviluppo per queste aree: il livello del 19% di superficie agricola bio ci incoraggia in questo senso».

«Stiamo puntando molto – continua - sul potenziamento del biologico: dopo l'approvazione della legge specifica stiamo andando avanti con i decreti attuativi e con il Piano d'azione nazionale». Tra gli obiettivi più importanti di questi provvedimenti c'è il varo del marchio del biologico made in Italy che andrebbe a unire due elementi di qualità come l'origine e il metodo di produzione sostenibile, «un doppio valore che aumenterebbe la riconoscibilità nel nostro Paese e sui mercati internazionali».

2Biodistretti e zootecnia estensiva, due chiavi di sviluppo

Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio

«Il biologico può essere strategico per le aree interne – assicura Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio – ma al tempo stesso le aree interne sono un'opportunità per la crescita del bio». Due sono gli esempi che Mammuccini cita a sostegno della sua tesi. Il primo è quello dei biodistretti, una forma di aggregazione territoriale sostenuta e incentivata anche attraverso specifici fondi Pnrr.

«Il bio – dice- non gioca un ruolo decisivo solo sul fronte della tutela dell'ambiente e della biodiversità, ma anche sul piano economico e sociale». «Con la sua valenza assicura infatti stabilità ai sistemi locali di produzione e consumo ricostruendo sistemi di filiera corta sostenibili e riconoscibili che rivitalizzano non solo l'agricoltura ma anche il commercio e il piccolo artigianato. Una valenza che si esprime al meglio nei biodistretti».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

E il secondo tema decisivo anche per aree come l'Aquilano, un'area al centro di quella che una volta era la solida economia della transumanza, è quello della zootecnica estensiva. «Occorre ribadire l'importanza del legame tra produzione agricola e zootecnica, un tema in cui il modello biodinamico eccelle, contrastando tentazioni insostenibili anche dal punto di vista antropologico (quelle della carne e del latte sintetici, ndr), anche perché la zootecnia estensiva realizza in questo modo quello che è il più efficace modello di economia circolare, l'unico in grado di realizzare in maniera efficace la rigenerazione della sostanza organica dei suoli e contrastare così il cambiamento climatico».

Riguardo ai dati presentati da Ismea Mammucini sottolinea «la significativa crescita delle produzioni bio in Italia che rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico».

«Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'HoReCa, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico».

3«Puntare su filiere integrate e cooperative»

Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari
«Per stimolare la crescita dei consumi bio – sostiene Francesco Torriani, Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari – è strategica la messa a punto di efficaci programmi promozionali, con risorse pubbliche e private».

Ismea è infatti in partenza con un proprio piano dedicato al settore, ma Torriani sfida la platea abruzzese chiedendo se qualcuno ricorda in particolare qualche claim pubblicitario in favore del biologico. «I dati – ribadisce - sui consumi dei prodotti biologici nel 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda».

«Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi».

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative «assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando Pnrr alle filiere biologiche». «Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno dell'agricoltura biologica». Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). «Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall'azienda».

4Una disomogeneità territoriale da superare

Giuseppe Romano, presidente Aiab
«La diffusione disomogenea del bio – è l'analisi di Giuseppe Romano, presidente Aiab – con Regioni virtuose come la Toscana, Calabria, Marche, Sicilia già oltre il 25% e regioni che invece segnano il passo come Veneto e Lombardia, poco sopra il 5%, rappresenta uno dei fattori più critici». Anche perché, come evidenzia Romano, le aree con le superfici meno bio, sono quelle invece caratterizzate dal consumo più vivace. «Ben vengano dunque iniziative come il tavolo del bio voluto dal Ministero dell'agricoltura e della sovranità alimentare per studiare strategie a livello centrale per superare anche queste strozzature».

«In questa ottica l'attenzione alle aree interne, che non devono essere chiamate aree marginali, non rappresenta un ritorno al passato, ma la chiave per chiudere le filiere con una forte integrazione tra produzione e trasformazione, consentendo una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

valorizzazione della produzione locale anche nei mercati di riferimento».

«L'attenzione al bio – stigmatizza Romano – come opportunità di sviluppo si deve però manifestare anche a livello amministrativo: siamo all'esordio della nuova Pac e la macchina deve essere messa a punto. Sono state distribuite deroghe per qualsiasi adempimento, compreso quelli per certi versi concorrenti come l'iscrizione al sistema Sqnpi, tranne per il bio».

5Il ruolo dell'imprenditoria giovane e femminile

Nicoletta Maffini, presidente Assobio
«L'attenzione alle aree interne – commenta Nicoletta Maffini, neopresidente di Assobio – si deve dimostrare con una maggiore attenzione verso l'imprenditoria giovanile e femminile, veri protagonisti del ripopolamento di molte zone collinari non solo in Abruzzo ma lungo tutta la catena dell'Appennino».

«Il bio – ribadisce - è la soluzone migliore per la salute dell'uomo, dell'ambiente e degli impollinatori le campagne di comunicazione devono puntare su questi valori». «Siamo in un momento di forte crisi del potere d'acquisto dei consumatori e i costi dei prodotti sono un tema da affrontare, ma non possiamo strozzare i produttori alle prese con le pesanti conseguenze dei cambiamenti climatici». «Occorre mettere in campo strumenti pragmatici per avvicinare le esigenze dei produttori e quelle dei consumatori attraverso ad esempio la riduzione dell'iva per prodotti bio freschi o il baby food, lavorare sul credito d'imposta o sulla riduzione dei costi di certificazione».

6Produrre ambiente e qualità

Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti Bio
«Le crisi che abbiamo attraversato – ricorda Maria Letizia Gardoni presidente di Coldiretti Bio -, prima quella sanitaria, poi energetica e infine economica e geopolitica, hanno acceso un riflettore sulla vulnerabilità dei nostri sistemi produttivi». «Il sistema agroalimentare in genere – continua - e quello bio in particolare (anche per la minore dipendenza da mezzi tecnici esterni) ha dimostrato di essere il settore più resiliente, in grado di sostenere il valore della nostra economia, mostrando l'indispensabilità del nostro ruolo e giustificando il favore

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

concesso dalla Farm To fork e la necessità di una legge e di un piano d'azione specifici».

«Ora occorre mettere a punto strategie coerenti con questi indirizzi e con queste necessità, riconoscendo il ruolo di noi produttori bio non solo dal punto di vista della sostenibile ambientale ma anche per la capacità di produrre cibo di qualità, ma anche di distribuirlo e venderlo».

«Sfatiamo il mito del bio che produce meno, al netto dei servizi ecosistemici forniti il bilancio del benessere netto fornito pende nettamente in favore delle aziende del bio e del biodinamico».

7Un patto tra produttori e consumatori

Giuseppe De Noia, presidente di Anabio Cia
«Le famiglie dei consumatori sono "prudenti" – mette in evidenza Giuseppe de Noia, presidente di Anabio-Cia – a causa della perdita del potere di acquisto, le famiglie dei produttori sono sfiduciate per l'insicurezza delle produzioni, minacciate come non mai dall'impatto dei cambiamenti climatici».

L'appello di De Noia è di superare questo clima di incertezza con una forte unità di intenti, sia all'interno del bio che tra diversi settori economici.

«La sostenibilità economica del sistema Italia si tutela incentivando le produzioni in grado di sostenere l'economia dei territori. Ma anche accelerando sulla costituzione di quegli organismi, come l'interprofessione, in grado di favorire questa unità di intenti sia a livello di filiere che di distretti».
Al convegno sono intervenuti anche Erminio Pensa, neo presidente dei giovani di Confagricoltura Abruzzo, Angelo Candita, presidente regionale della confederazione liberi agricoltori bio e Sandro Pucciarelli della Verde Abruzzo onlus, che ha testimoniato l'attuale attivazione di biodistretti anche in Abruzzo, unica regione dove finora mancavano.

«Il biologico - conclude il ministro Francesco Lollobrigida, in videocollegamento da Roma - è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

della necessità di mantenere l'equilibrio sociale».

«Il nostro obiettivo è di continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/03/2022

tmnotizie.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 292
Utenti unici: 97.000

https://www.tmnotizie.com/partecipazione-e-interesse-per-il-meeting-sulle-risorse-europee-organizzato-dal-consorzio-marche-bio/

Partecipazione e interesse per il meeting sulle risorse europee organizzato dal Consorzio Marche Bio ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM Notizie

Partecipazione e interesse per il meeting sulle risorse europee organizzato dal Consorzio Marche Bio ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM NotizieRedazione — 23 Marzo 2022 comments off

Letture: 224

ANCONA – La mano green tesa verso il futuro della digitalizzazione, con questa immagine potrebbe essere rappresentato il convegno 'Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale' che si è tenuto stamattina presso la sala delle conferenze della Federazione Marchigiana Bcc di Ancona.

Organizzato dal Consorzio Marche Biologiche, in collaborazione con Confcooperative Marche, Iccrea Banca Spa, ConfidiCoop Marche, Food Brand Marche, Cluster Agrifood Marche e Ismea, il meeting incentrato sulle opportunità offerte dai fondi PNRR e PSR Marche ha richiamato numerosi operatori del settore fra cooperative socie, stakeholders e partner.

"Ad oggi gli strumenti a disposizione delle filiere bio nelle Marche sono validi ed adeguati per rendere possibile la transizione ecologica; fondamentale in questo senso adottare una visione di insieme per il nostro sistema agricolo biologico marchigiano" ha dichiarato Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Bio.

Dopo i saluti del Presidente della Federazione Marchigiana BCC Sergio Cugini, sono intervenuti il Presidente Ismea Angelo Frascarelli, il Direttore Generale Promozione della Qualità Agroalimentare del Mipaaf Oreste Gerini e il Dirigente Servizio Agricoltura della Regione Marche Lorenzo Bisogni. Come Responsabile Crediti Agrari

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di Iccrea Banca ha preso la parola Marco Mancinelli; a seguire gli interventi del Presidente ConfidiCoop Marche Giovanni Bernardini e Massimo Fileni in qualità di Presidente Agrifood Marche.
Importante la testimonianza delle realtà cooperative intervenute al convegno le quali, pur attraversando un periodo difficile fra crisi energetica e instabilità nell'est Europa, sono desiderose di guardare avanti facendo leva sulle risorse europee, verso un futuro sempre più ecosostenibile.
Il Consorzio Marche Bio sta inoltre attivando nuovi servizi di consulenza a supporto dei progetti di filiera destinati principalmente agli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale per essere concretamente al fianco delle filiere bio, anche attraverso webinar dedicati.
"Senza mai dimenticarci che la mission dell'agricoltura è produrre cibo per una sana e corretta alimentazione, è nostro dovere sottolineare che il sistema agricolo bio è anche e soprattutto una fonte di lavoro; l'evoluzione politica in questo senso dal 2019 ad oggi si è dimostrata favorevole per investimenti green e digitalizzazioni, strumenti davvero alla portata degli addetti del settore" ha concluso il Presidente Torriani.

Articoli Correlati
Gli imperdibili
P.Iva 02188880443 Testata giornalistica iscritta al Tribunale di Ascoli Piceno con registrazione numero 516 del 25/07/2014 Direttore Responsabile: Benedetto Marinangeli
Seguici su Facebook
Seguici sui Social

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/05/2022

tmnotizie.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 334
Utenti unici: 97.000

https://www.tmnotizie.com/startup-tunisie-lesperienza-di-fano-e-il-ruolo-dei-comuni-nella-cooperazione-territoriale/

Startup Tunisie, l'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM Notizie

Startup Tunisie, l'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM NotizieRedazione — 6 Maggio 2022 comments off
Letture: 294

FANO – I rapporti di cooperazione del Comune di Fano con la Tunisia sono al centro di un progetto “Startup Tunisie”, co-finanziato dall’Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo (Bando AICS – Iniziativa Partenariati territoriali) e finalizzato a promuovere opportunità lavorative nella regione nord-ovest della Tunisia, attraverso la creazione di startup del sistema agroalimentare, con l’obiettivo di costruire relazioni di conoscenze tra imprese agricole biologiche marchigiane e imprese tunisine.

Il partenariato italo-tunisino con Fano ente capofila è composto da Lega delle Autonomie Locali – Legautonomie, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica, CEFA onlus, Consorzio Marche Biologiche, Fondazione Agraria Cante di Montevecchio e altri partner tunisini. Il progetto, avviato nel 2018, terminerà con la visita della delegazione di imprenditori agricoli tunisini, in arrivo il 9 maggio a Fano, e la presentazione dei risultati del progetto, illustrati nel convegno, in programma giovedì 12 maggio (ore 14.30) alla MeMo – Mediateca Montanari, sull’esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale.

“Il progetto – afferma il sindaco Massimo Seri – si traduce in un aiuto sostanziale allo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sviluppo di paesi con un forte ritardo, al fine di stimolare una crescita effettiva e un cambiamento concreto in zone del mondo più in difficoltà. E' stata un'esperienza importante che, oltre a valorizzare il ruolo centrale dei partner coinvolti, ribadisce il ruolo dei comuni e l'importanza della cooperazione territoriale, dando vita a nuovi legami e proficui rapporti economici e commerciali per garantire uno sviluppo reale e sostenibile nel tempo".

La Tunisia, attraversata da una profonda crisi economica e sociale, ha da sempre rappresentato un Paese prioritario per l'Italia, sia per la prossimità geografica e culturale sia per gli scambi umani ed economici intercorsi nella storia. La regione interessata al progetto è caratterizzata da una forte sperequazione tra aree costiere e aree interne rurali. Sostenere Paesi in ritardo di sviluppo, contribuire alla riduzione della povertà e delle disuguaglianze, riconoscendo ai comuni un ruolo centrale nell'attivazione di questi processi è uno degli obiettivi più ambiziosi del progetto. In questo territorio l'agricoltura può rivestire un ruolo cardine come motore dello sviluppo economico e occupazionale, eliminando il divario con le altre regioni tunisine.

Il contributo scientifico dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo è stato fondamentale. In particolare, Il Dipartimento di Economia, Società, Politica ha fornito il proprio contributo sul piano metodologico, soprattutto nelle fasi di selezione delle imprese e delle startup da finanziare e in quella della definizione degli indicatori di monitoraggio, oltre che nella scelta dei consulenti e nella costruzione di pacchetti formativi online, che si sono resi necessari a causa della pandemia da COVID-19. La collaborazione con gli altri partner e con lo staff di CEFA-Tunisia, in particolare, si è tradotta anche nell'organizzazione di eventi seminariali e convegnistici in Tunisia e in Italia. Enorme il lavoro svolto dal Consorzio Marche Biologiche per accompagnare le giovani imprese nell'adozione di modelli produttivi più sostenibili, ovvero fornendo conoscenze necessarie per la conversione al biologico.

IL PROGRAMMA DI VISITA

La delegazione tunisina, composta da sei imprenditori agricoli e due rappresentanti istituzionali, accompagnati da un delegato del Comune di Fano, dalla docente Elena Viganò dell'Università di Urbino e da Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche, sarà accolta il 9 maggio (ore 18.00) nella sede della Fondazione Agraria Cante di Montevecchio, dove sarà presentato il programma della settimana di visita e sarà proposta loro una degustazione a cura dell'Emporio dell'Altra Economia, Cooperativa Contatto.

Il programma della visita prevede: martedì 10 maggio, visita all'azienda agricola

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Herbio (Carignano), specializzata nella coltivazione e nella trasformazione di piante officinali biologiche; all'azienda agraria Di Sante (Carignano), che si occupa della produzione di vino e olio biologico e all'azienda agricola AgiBio Marinelli (Bellocchi), specializzata nella coltivazione di ortofrutta e produzione di marmellata e confetture. Mercoledì 11 maggio, la delegazione tunisina farà tappa a Montemaggiore (Colli al Metauro) al Caseificio Valmetauro, quindi si sposterà a Isola del Piano per la visita all'azienda di apicoltura Il Podere di Alunni A&S, specializzata nella produzione di miele biologico e alla Gino Girolomoni Cooperativa (centro di stoccaggio, mulino e pastificio) e al Monastero di Montebello (granoturismo e museo della civiltà contadina).

IL CONVEGNO FINALE

Giovedì 12 maggio alle ore 14.30 si terrà il convegno "L'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale". Alla MeMo-Mediateca Montanari, dopo l'introduzione del sindaco Massimo Seri interverranno Matteo Ricci, sindaco di Pesaro e presidente Ali; Antonio Ragonesi, Anci; Marina Sereni sottosegretaria Ministero Affari Esteri; Alessandro Tassi Carboni, presidente del Consiglio del Comune di Parma; Giorgio Calcagnini, Rettore Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; Fabio Musso, Prorettore dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; Nicola Manca, Consulente Lega delle Autonomie per la Cooperazione.

A seguire, dopo l'introduzione del chairman Ivan Antognozzi, si proseguirà con la presentazione e l'approfondimento del progetto Start Up Tunisie e il valore dell'impresa per il territorio ai quali parteciperanno le organizzazioni partner del progetto (Cefa, Uniurb, ConMarcheBio, Ali, Cefa Italia, Fondazione Cante di Montevecchio) gli imprenditori tunisini e i rappresentanti delle associazioni di categoria, delle imprese sociali e del Terzo settore del territorio, quali: L'Africa Chiama, Coop. Labirinto, Cooperativa Contatto, Lega Coop Marche, Confcooperative Marche, Cia Pesaro e Urbino, Coldiretti Pesaro e Urbino. Il convegno si chiuderà con le conclusioni a cura di Andrea Senatori – Direttore Sede Regionale di Tunisi di AICS – Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo, che ha co-finanziato il progetto.

Articoli Correlati

Gli imperdibili

P.Iva 02188880443 Testata giornalistica iscritta al Tribunale di Ascoli Piceno con registrazione numero 516 del 25/07/2014 Direttore Responsabile: Benedetto Marinangeli

Seguici su Facebook

Seguici sui Social

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2022

tmnotizie.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 318
Utenti unici: 97.000

https://www.tmnotizie.com/consorzio-marche-biologiche-per-le-piccole-imprese-il-pnnr-non-bastera-domani-si-celebra-la-giornata-europea-dellagricoltura-biologica/

Consorzio Marche Biologiche: "Per le piccole imprese il PNNR non basterà", domani si celebra la Giornata europea dell'agricoltura biologica ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM Notizie

Consorzio Marche Biologiche: "Per le piccole imprese il PNNR non basterà", domani si celebra la Giornata europea dell'agricoltura biologica ⋆ Ultime notizie Marche e Piceno: Cronaca, Sport, Eventi - TM NotizieRedazione — 22 Settembre 2022 comments off

Letture: 195

ANCONA – Il 23 settembre si celebra la Giornata europea dell'agricoltura biologica, istituita dall'Unione europea nel quadro di una strategia che punta a favorire la crescita del settore. In occasione di questa ricorrenza il Consorzio Marche Biologiche, realtà che riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana, punta l'attenzione sulle esigenze di un comparto vitale.

Un comparto che ha delle implicazioni non solo agronomiche, ma anche economiche, sociali e culturali, tali da renderlo non solo un "metodo produttivo", ma sempre più un modello e uno strumento per lo sviluppo rurale delle nostre regioni.

Le Marche sono la culla del biologico italiano, grazie ad agricoltori che già negli anni '70 hanno avviato le prime importanti esperienze. La Superficie Agricola Utilizzata (Sau) dedicata al biologico nelle Marche ha superato i 100.000 ettari, quasi il 25% della Sau regionale. Le nostre aziende bio si differenziano per l'elevata qualità delle produzioni e ricevono importanti riconoscimenti, tra i più recenti quello della cooperativa Girolomoni risultata finalista degli EU Organic Awards promossi dalla Commissione europea. Inoltre, il nuovo Distretto biologico Marche istituito dalla

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Regione rappresenta un ulteriore importante strumento per rafforzare il settore.
“Per mettere a frutto queste eccellenze – afferma il presidente del Consorzio Marche Biologiche, Francesco Torriani – occorre attrezzare le imprese per affrontare uno scenario sempre più complesso. Il Consorzio sta agendo proprio in questo senso; in particolare sta supportando le cooperative con le relative aziende agricole socie nella presentazione di un importante progetto di filiera, sia ai sensi del PNRR che PSR Marche, e negli investimenti in campo energetico e per l’innovazione, che va dalla selezione di nuove varietà alla digitalizzazione fino ai servizi di consulenza.
Infatti, a fattori prevedibili come il calo dei consumi alimentari nel post-pandemia e l’aumento dei competitor sul terreno della sostenibilità – sottolinea Torriani – si è aggiunta la crisi geopolitica, con l’impennata dei prezzi dell’energia e delle materie prime. In questo contesto bisogna rafforzare l’approccio di filiera: filiere forti e strutturate, con capacità di progettazione e innovazione, affrontano meglio le distorsioni del mercato. A fare le spese di questa crisi saranno soprattutto le piccole aziende, quelle non inserite in un sistema aggregato; non basteranno più i contributi della Pac né quelli del PNRR: servono organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera.
Riguardo l’emergenza energetica, uno strumento particolarmente importante è rappresentato dalle comunità energetiche, che forniscono un modello innovativo per la produzione, distribuzione e consumo di energia proveniente da fonti rinnovabili: l’auspicio è che il nuovo governo acceleri sui decreti attuativi per realizzarle”.
Altri punti nodali riguardano il sostegno alla domanda e l’aumento della produttività: “Crescono gli ettari convertiti al biologico e di conseguenza l’offerta di prodotti: nel proliferare di marchi green e richiami alla sostenibilità, essere semplicemente bio non basta più: servono campagne promozionali d’impatto capaci di comunicare con efficacia la qualità delle produzioni bio.”
“Infine, non certo per importanza – conclude Torriani, che è anche presidente di Confcooperative FedagriPesca Marche – la questione climatica, di drammatica attualità nella nostra regione: alluvioni in autunno e siccità in estate. L’alluvione che nella scorsa settimana ha messo in ginocchio una parte significativa della nostra regione ci ricorda per l’ennesima volta che il pianeta Terra sta male e che le conseguenze dei cambiamenti climatici rischiano di avere un effetto devastante sulle nostre comunità locali.
E’ evidente che in termini politici generali vanno perseguite con determinazione le politiche coerenti con gli obiettivi del Green Deal europeo, senza ripensamenti e dilazionamenti. In termini concreti e amministrativi, occorre senza indugio mettere

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

mano al governo del territorio con delle procedure che semplifichino e accelerino i lavori di manutenzione degli invasi, mettendo in sicurezza con gli investimenti necessari e appropriati le aree più a rischio del nostro territorio regionale”.

Articoli Correlati

Gli imperdibili

P.Iva 02188880443 Testata giornalistica iscritta al Tribunale di Ascoli Piceno con registrazione numero 516 del 25/07/2014 Direttore Responsabile: Benedetto Marinangeli

Seguici su Facebook

Seguici sui Social

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Agenparl

La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione Masaf – Ismea per promuovere il consumo di alimenti biologici

09/07/2023 15:49 Ismea Viale Liegi

(AGENPARL) – gio 07 settembre 2023 7 settembre 2023 COMUNICATO STAMPA IS
La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazior
promuovere il consumo di alimenti biologici Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobi
protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella. La campagna di comunica
istituzionale targata MASAF e realizzata da ISMEA è stata presentata oggi ufficialr
al Sana. Bologna, 7 settembre 2023 – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici s
vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culn
con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici l
infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fron
+6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale
spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordan
consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tav
pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Min
dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA o
occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Era
Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presider
Assobio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Coope
Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardel
campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà ince
su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto canta
presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affia

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

agenparl.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 740
Utenti unici: 92.000

La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione Masaf - Ismea per promuovere il consumo di alimenti biologici

(AGENPARL) - gio 07 settembre 2023 7 settembre 2023 COMUNICATO STAMPA ISMEA La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella. La campagna di comunicazione istituzionale targata MASAF e realizzata da ISMEA è stata presentata oggi ufficialmente al Sana. Bologna, 7 settembre 2023 - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". Vai alla [CARTELLA STAMPA](
https://3nuyu.r.a.d.sendibm1.com/mk/cl/f/sh/1t6Af4OiGsDg0aVw8wRIkR8Gd2Rbwg/ap-p6cYOSzwa) con tutti i materiali Vai allo [spot](https://youtu.be/Gei9b_GijKE)su Youtube Ismea - Viale Liegi 26 00198 Roma.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

corriereortofrutticolo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 315
Utenti unici: 90.000

http://www.corriereortofrutticolo.it/2023/07/06/bio-corre-verso-25-aree-investite-consumi-non-decollano/

IL BIO CORRE VERSO IL 25% DI AREE INVESTITE, MA I CONSUMI NON DECOLLANO

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO
THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima a L'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni. Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente – Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti – Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo – Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri – Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus. "L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti – ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano". "L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa – ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila – ha concluso il sottosegretario Masaf – ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne". "Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale – ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi – ha chiosato il Ministro – che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Biologico, Alleanza Cooperative: è cooperativo il 30% del fatturato del comparto, con una quota pari a 2,8 mld euro

03/10/2023 10:43

Cresce la quota di fatturato biologico nel sistema cooperativo agroalimentare. Nel corso del 2021 il giro d'affari complessivo ha superato i 2,8 miliardi di euro, con una quota pari a oltre il 30% del valore complessivo del mercato biologico che secondo gli ultimi dati di Ismea è stimato in circa 8 miliardi di euro, tra mercato interno ed export. Sono alcuni dei dati resi noti oggi a margine di una iniziativa organizzata da Alleanza cooperative Agroalimentare oggi a Roma dal titolo " A tavola con il biologico ", che si è svolta alla presenza del presidente Carlo Piccinini. Più di una cooperativa su quattro delle 4.300 aderenti ad Alleanza Cooperative produce biologico: su 4.000 cooperative aderenti sono oltre 700 le aziende registrati come operatori biologico nel Sistema Informativo Agricolo Nazionale (SIAN). Secondo un'indagine interna realizzata dall'Alleanza Cooperative, il 23% delle cooperative attive nella produzione biologiche sono aziende biologiche al 100%, con produzione esclusivamente biologica. Inoltre, in 3 cooperative su 10 tra quelle attive nel biologico, la produzione bio supera il 50% del totale. L'indagine congiunturale realizzata nel mese di febbraio ha inoltre evidenziato come il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

10/03/2023

AgricolaEU

EAV: € 255
Utenti unici: 80.000

Argomento: Consorzio

Biologico, Alleanza Cooperative: è cooperativo il 30% del fatturato del comparto, con una quota pari a 2,8 mld euro

Cresce la quota di fatturato biologico nel sistema cooperativo agroalimentare. Nel corso del 2021 il giro d'affari complessivo ha superato i 2,8 miliardi di euro, con una quota pari a oltre il 30% del valore complessivo del mercato biologico che secondo gli ultimi dati di Ismea è stimato in circa 8 miliardi di euro, tra mercato interno ed export. Sono alcuni dei dati resi noti oggi a margine di una iniziativa organizzata da Alleanza cooperative Agroalimentare oggi a Roma dal titolo " A tavola con il biologico ", che si è svolta alla presenza del presidente Carlo Piccinini. Più di una cooperativa su quattro delle 4.300 aderenti ad Alleanza Cooperative produce biologico: su 4.000 cooperative aderenti sono oltre 700 le aziende registrati come operatori biologico nel Sistema Informativo Agricolo Nazionale (SIAN). Secondo un'indagine interna realizzata dall'Alleanza Cooperative, il 23% delle cooperative attive nella produzione biologiche sono aziende biologiche al 100%, con produzione esclusivamente biologica. Inoltre, in 3 cooperative su 10 tra quelle attive nel biologico, la produzione bio supera il 50% del totale. L'indagine congiunturale realizzata nel mese di febbraio ha inoltre evidenziato come il sentiment di mercato nel segmento biologico sia di segno positivo: nonostante il clima di profonda incertezza, il surriscaldamento dei prezzi delle materie prime, l'inflazione e le crisi geopolitiche si segnala un saldo positivo nei giudizi dei cooperatori. Secondo il 30% delle cooperative biologiche interpellate, la domanda di prodotti biologici tenderà ad aumentare rispetto allo scorso anno, sarà invece tendenzialmente stazionaria per il 51%. Per il 26% del campione anche il fatturato è previsto in crescita, peraltro non sostenuto dall'aumento dei prezzi di vendita. Il Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Francesco Torriani ha commentato: "la crescita della cooperazione nel settore biologico è una buona notizia: il binomio tra cooperazione e biologico ha davvero le caratteristiche per essere un binomio virtuoso per lo sviluppo della nostra agricoltura, in coerenza con gli obiettivi della nuova Politica Agricola e del Green

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

deal europeo". Torriani ha anche evidenziato come la cooperazione biologica abbia "la capacità di tenere assieme le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile in maniera virtuosa e integrata lungo tutta la filiera, dalla produzione agricola allo stoccaggio, dalla trasformazione alla commercializzazione, fino alla distribuzione finale del cibo" L'Alleanza cooperative ha anche annunciato la firma di un protocollo di intesa sottoscritto con Ismea finalizzato ad approfondire la conoscenza delle dinamiche di mercato delle diverse produzioni del comparto biologico cooperativo, attraverso l'analisi dei dati strutturali del comparto, e l'organizzazione di eventi e attività di comunicazione relative ai dati e alle analisi realizzate. Analizzando alcuni dei dati sui bilanci 2021 di circa 500 cooperative biologiche contenuti in una indagine presentata da Ismea, il presidente di Alleanza Cooperative Agroalimentari Carlo Piccinini ha evidenziato come "il dato relativo all'incremento dei costi sicuramente appare sicuramente significativo, tuttavia si tratta di un dato che occorre leggere con attenzione, poiché è una voce in cui incidono insieme agli aumenti dei fattori di produzione anche la valorizzazione dei prodotti conferiti dai propri soci".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

10/07/2023

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 283
Utenti unici: 80.000

https://greenplanet.net/bio-in-cifre-2022-i-consumi-non-tengono-il-passo-della-produzione-ma-restano-buone-le-prospettive/

Bio in cifre 2022: i consumi non tengono il passo della produzione, ma restano buone le prospettive

Andamento vivace per il biologico italiano: nel 2022 la superficie bio ha superato i 2,3 milioni di ettari, evidenziando una crescita del 7,5%. Dal 2010 l'estensione delle coltivazioni biologiche sono più che raddoppiate, arrivando a rappresentare quasi il 19% della superficie utilizzabile, puntando da vicino la soglia del 25% indicata dalla Strategia Farm to Fork come traguardo al 2030. E sono già sei le regioni che hanno superato questo target: Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia. Aumento significativo (+7,7%) anche per il numero di operatori biologici che nel 2022 hanno toccato quota 92.799 (+ 8,9% rispetto al 2021). Se i numeri sorridono nelle superfici e aziende votate al bio, sono invece mesti nei consumi: la spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, cresce a valore solo dello 0,5% (3,66 mld), un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo (+6,4%) e all'inflazione (9,1%). Le prospettive per il bio in Italia sono comunque buone, dopo il sentiment negativo degli operatori nel 2022, nel primo trimestre di quest'anno si inverte la tendenza e si registra un moderato ottimismo. Tutto questo emerge dal rapporto "Bio in cifre 2022" realizzato da ISMEA e Ciheam Bari e presentato al convegno "Appuntamento con il Bio" svoltosi a L'Aquila nelle sale del Consiglio della Regione Abruzzo, alla presenza del sottosegretario per l'agricoltura, la sovranità alimentare e le foreste, Luigi D'Eramo, che da aquilano convito dell'importanza di rilanciare le aree svantaggiate e montane ha sottolineato la scelta "non casuale" di svolgere nel capoluogo abruzzese l'illustrazione dell'annuale report sul bio. Peraltro l'Abruzzo si dimostra tra le regioni più dinamiche nello sviluppo del biologico: nel 2022 ha visto aumentare la propria superficie certificata bio a 61.332 ha, con un'incidenza più che raddoppiata negli

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ultimi 12 anni e ormai prossima al 15%. Sull'importanza del biologico per l'agricoltura italiana si è soffermato in videocollegamento anche il ministro dell'agricoltura, sovranità alimentare e foreste Francesco Lollobrigida. "Nel tempo – ha detto Lollobrigida – abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi". "Si pensi – ha aggiunto il ministro – che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti".

L'illustrazione dei dati principali del Rapporto "Bio in cifre" è stata curata da Fabio Del Bravo, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo rurale di ISMEA, ed è intervenuto anche il neo commissario straordinario ISMEA, Livio Proietti."L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico – ha detto Proietti -, nonché protagonista dell'attuale programmazione della PAC, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti".

Tra gli interventi anche quello di Pietro Gasparri, dirigente dell'Ufficio "Agricoltura biologica" del MASAF, che ha esposto gli interventi del Piano d'azione nazionale per il biologico e annunciato che il piano istituzionale di comunicazione sul bio, che partirà in autunno, non rimarrà isolato e sono in cantiere altre iniziative. Sul rapporto "Bio in cifre" sono state chiamate a fornire le loro riflessioni anche le associazioni di settore, in due tavole rotonde a cui sono sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio, Nicoletta Maffini, presidente AssoBio, Giuseppe Romano, presidente Aiab, Francesco Torriani, coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative agroalimentari italiane, Giuseppe De Noia, presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti-Bio, Erminio Pensa, presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita, presidente regionale Confederazione italiana Liberi agricoltori, Alessandro Bucciarelli, presidente Verde Abruzzo Onlus. In particolare gli addetti ai lavori si sono concentrati sul nodo consumi. Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio, ha osservato che "È necessario un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'Ho.Re.Ca, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico".

Per il coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative agroalimentari, Francesco Torriani, "I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda. Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi".

Giuseppe Romano, presidente nazionale di AIAB, ha sottolineato che ci sono regioni (soprattutto al Nord) rimaste indietro sulla SAU biologica e di aver quindi chiesto," in modo unitario alle altre organizzazioni del bio, un tavolo di regia nazionale sul biologico con le regioni per avere una ricaduta uniforme su tutto il territorio nazionale del Piano D'Azione del Bio e dai fondi della Pac".

"In Abruzzo – ha continuato Romano – una delle regioni più virtuose per gli investimenti nel biologico, AIAB sta collaborando con il Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga per la nascita del bio-distretto, connubio tra agricoltura biologica e montagna, che sarà anche un'occasione occupazionale soprattutto se saremo in grado di mettere a sistema tutti i fondi a disposizione, sia quelli dell'agricoltura ma anche quelli del PNRR, per consentire lo sviluppo di economie locali, servizi e welfare che possano consentire ai giovani di rimanere in queste aree e di valorizzarle con la loro capacità imprenditoriale."

Per Nicoletta Maffini, neopresidente di Assobio, "Sicuramente il bio va comunicato meglio, va evidenziato che è la soluzione migliore per la salute del pianeta, anche le aziende devono puntare su questo".

Giuseppe De Noia, presidente Cia-Anabio, ha osservato che i Distretti bio forse sono troppi e con troppi distretti si rischia di disperdere le risorse.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Servirebbe una mappatura delle aree bio per capire dove si può fare e dove no”, ha sottolineato Erminio Pensa, presidente dei Giovani Confagricoltura Aquila.

Ancora un pensiero ai consumi da parte di Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti Bio: “Se vogliamo costruire strategie sui consumi – ha detto – non possiamo parlare solo di risorse ma lavorare sui contesti per implementare la produttività e stare al meglio sul mercato”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/05/2023

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 251
Utenti unici: 80.000

https://greenplanet.net/girolomoni-sabato-13-maggio-porte-aperte-per-la-bio-tappa-del-giro-ditalia/

Girolomoni, sabato 13 maggio porte aperte per la Bio Tappa del Giro d'Italia

La 106esima edizione del Giro d'Italia arriva nelle Marche e fa tappa a Fossombrone, in Provincia di Pesaro e Urbino, culla del biologico. L'ottava giornata della manifestazione ciclistica più attesa dell'anno rende omaggio al territorio biologico, motivo per cui è stata denominata Bio Tappa. Per l'occasione il Consorzio Marche Biologiche organizza una giornata per far conoscere la filiera biologica marchigiana, i suoi prodotti e i suoi valori. Dopo l'arrivo lo scorso anno a Jesi e ad Ascoli Piceno nel 2021, l'edizione 2023 approderà sabato 13 maggio attorno alle 15:45 a Fossombrone. Con i 60 km finali della tappa marchigiana gli atleti dovranno prima scalare le ascese dei Cappuccini, poi il Monte delle Cesane ed infine, dopo lo strappo di Montefelcino, affrontare la cima dei Cappuccini. Sin dalla mattina Porte Aperte, in uno dei luoghi simbolo della filiera biologica regionale, la Gino Girolomoni cooperativa, con possibilità di visitare Pastificio, Molino e Monastero di Montebello, che insistono a pochi metri dal tracciato della famosa corsa ciclistica. Attraverso la visita guidata all'interno di uno degli ecosistemi più importanti del biologico italiano, con ritrovo alle ore 10:30 presso la sede della cooperativa (Via Strada delle Valli, 21 – Isola del Piano PU), sarà possibile fare un passo indietro nel tempo, ripercorrendo le tappe salienti della storia del più importante pioniere dell'agricoltura biologica della nostra regione, Gino Girolomoni, della sua famiglia, della sua cooperativa, che è diventata poi anche la storia del biologico in Italia. Oltre 50 anni fa il fondatore dell'attuale cooperativa, oggi portata avanti da figli, soci e collaboratori aveva dato via a quel modo di fare bio che faceva riferimento ai valori della civiltà contadina e ai principi dell'agroecologia, ancora validi per uno sviluppo sostenibile delle nostre campagne. La giornata di sabato permetterà ai curiosi di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

conoscere il processo di trasformazione del cereale biologico (grano duro, farro o grano turanico) in semola e pasta biologica di qualità. Dal pastificio si potrà successivamente visitare il Monastero di Montebello, luogo spirituale e culturale, la cui piantina topografica costituisce non a caso il logo della cooperativa Girolomoni. Proprio da qui, infatti, negli anni ’70 iniziò il processo di rivitalizzazione della collina marchigiana ad opera del suo fondatore, trasformando quello che agli albori era solo un rudere in un cenacolo di uomini di cultura, fede e politica. “Siamo felici che un evento importante come il Giro d’Italia possa trasformarsi in un vero e proprio momento di promozione dei valori e del territorio biologici marchigiani – ha commentato Francesco Torriani, Presidente di Consorzio Marche Biologiche – si tratta di un modo per dare dignità alla cultura contadina, promuovendo la conoscenza dei processi di filiera in tutte le sue fasi, dalle lavorazioni in campo alle trasformazioni, fino ai prodotti finiti”. Fonte: Ufficio Stampa Consorzio Marche Bio

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/07/2023

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 283
Utenti unici: 80.000

https://greenplanet.net/marche-partito-il-progetto-da-8mln-per-comunicare-il-bio-venderlo-e-farlo-crescere-bene/

Marche, 8 milioni per comunicare il bio, venderlo e farlo "crescere bene" - Green Planet

Marche, 8 milioni per comunicare il bio, venderlo e farlo "crescere bene" - Green PlanetCerca Chiudi

Marche, 8 milioni per comunicare il bio, venderlo e farlo “crescere bene”

Luglio 4, 2023

Facebook Twitter LinkedIn

Altro che far ingrassare o pesare sullo stomaco la sera, la pasta aiuta invece la gestione dell’insulina e il mantenimento del peso corporeo, contribuisce al buonumore e migliora il riposo, serve per rigenerare il glicogeno muscolare e una porzione di pasta integrale fornisce più di un terzo della quantità di fibra consigliata.

A spezzare una lancia in favore della pasta, e sfatare le false affermazioni che ne condizionano il consumo, è stata la nutrizionista Stefania Bertoni, dell’Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere, in occasione del workshop “Grani e paste: origine, processi e proprietà, tra falsi miti e reali benefici, per una spesa consapevole”. Il workshop, organizzato dal Consorzio Marche Bio nell’ambito di un press tour per promuovere la filiera biologica marchigiana, si è svolto nelle suggestive sale del Monastero di Montebello, sede della Fondazione Girolomoni intitolata al pioniere del bio Gino Girolomoni che oltre cinquant’anni fa si impegnò a favorire un “Rinascimento rurale” della collina di Montebello e del comune di Isola del Piano, coinvolgendo i produttori in cooperativa, avviando un pastificio e recuperando il diroccato Monastero per preservare valori e significati storico-culturali del territorio.

Smontati i falsi miti sulla pasta e il glutine (“fa male solo a celiaci e intolleranti al glutine, metterlo al bando seguendo le mode può essere addirittura dannoso perché può causare dismetabolismi e carenze alimentari”), la nutrizionista Bertoni si è anche soffermata sui consigli al consumatore, invitando a scegliere la “pasta

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologica, proveniente da filiera corta e controllata" e a preferire i grani antichi, come il Senatore Cappelli, Khorasan, farro dicocco, "perché hanno un contenuto proteico maggiore, il loro amido ha un indice glicemico più basso, hanno un indice di glutine minore, sono più digeribili, contengono più polifenoli e antiossidanti".
Proprio l'attività di recupero e valorizzazione di cereali antichi locali, come la varietà Graziella Ra di grano Khorasan, è una delle mission che si propone il Consorzio Marche Biologiche, con il presidente Francesco Torriani che, nell'ambito del workshop, ha sottolineato l'impegno del Consorzio in innovazione e ricerca, anche a riguardo della filiera sementiera, con la selezione di nuove varietà che meglio si adattano al metodo di coltivazione biologico. Ma è un impegno forte del Consorzio anche "raggiungere ed informare quell'ampia platea di consumatori interessati al metodo di coltivazione biologico e ancora non abbastanza conoscitori, aumentando le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie ma anche ai giovani per i quali la salute e la tutela dell'ambiente sono fondamentali". Il Consorzio, che rappresenta oltre 400 imprese agricole e riunisce le cooperative leader della filiera cerealicola marchigiana – Gino Girolomoni, Montebello e la Terra e il Cielo – guarda con fiducia alle opportunità che si aprono con il bando appena aggiudicato fondato sul progetto "Promo ConMarcheBio" presentato nell'ambito del Psr Marche Sottomisura 3.2 che si rivolge al sostegno per attività di informazione e produzione. "Questo workshop è la prima iniziativa – ha detto Torriani a GreenPlanet – di un progetto da 8 milioni da realizzare in tre anni che vedrà anche la messa a punto di un indice di sostenibilità per le nostre aziende che risulterà senz'altro utile nella comunicazione dei nostri valori al consumatore".
Ma come si fa una buona pasta bio? L'ha spiegato Daniela Bellini, responsabile controllo qualità della Cooperativa Girolomoni. Secondo Bellini per la cooperativa essere agricoltori, pastai e mugnai significa mettersi in un'ottica di continua attenzione ai controlli, qualità e ricerca di nuove varietà. I controlli e le analisi si svolgono già in fase di raccolto e vengono condivisi con le aziende socie, ha spiegato Bellini, ma il monitoraggio prosegue in tutto il processo produttivo. "Essere mugnai non è poi così semplice – ha osservato Bellini – Tra le cose che facciamo, lo studio delle granulometrie migliori per produrre buona pasta e decidere di concerto con il mugnaio le migliori miscele da fare; abbiamo definito ricette su tutti gli sfarinati".
La comunicazione è senz'altro un punto strategico per lo sviluppo del biologico perché, come ha sottolineato a GreenPlanet il presidente del Consorzio Marche Bio, "Siamo cresciuti molto negli ultimi anni, il tema è crescere ma crescere bene, avere aziende agricole professionali e migliorare nella comunicazione, c'è purtroppo un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

gap di comunicazione. Il bio finora é cresciuto con l'ansia principale per gli operatori di non avere abbastanza materia prima, ora comincia invece ad avanzare. Quindi occorre saper vendere, saper comunicare quali sono le caratteristiche del prodotto biologico, perché il bio ha dei competitor, altri metodi produttivi che si rifanno alla sostenibilità, alcuni in maniera seria, altri meno, noi dobbiamo certamente fare la nostra parte".

Abbiamo chiesto al presidente Torriani se si sente fiducioso sul futuro del bio. "Fino a quando era una nicchia – ha risposto – si è cresciuti in modo abbastanza facile, ora il gioco si fa più duro, cresciamo nella misura in cui riusciamo a creare delle filiere professionali perché il protagonista dell'agricoltura non può essere l'azienda singola ma la filiera, altrimenti gli obiettivi ambiziosi del Green Deal, sia in termine di transizione ecologica che di digitalizzazione, se non si fa rete non saranno raggiunti".

Cristina Latessa

Quante aziende adottano lo standard High Welfare Federbio per la zootecnia? Dopo l'intervista al segretario generale di Federbio, Paolo Carnemolla, pubblicata dalla nostra testata la scorsa settimana (Il Biologico al bivio tra etica ed estetica. Intervista a Carnemolla) , un lettore …

La 35a edizione di SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale, da quest'anno interamente B2B, si prepara ad accogliere produttori, distributori, buyer, istituzioni e

Prodotta dalla casa editrice Gemma Editco, la piattaforma GreenPlanet è dedicata all'informazione sulle produzioni e le aziende del biologico italiano e internazionale e ai settori collegati, dalla ricerca alle tecnologie, dalla trasformazione alla distribuzione, dagli eventi alle politiche di settore. GreenPlanet si occupa anche di temi ambientali e di produzioni naturali e dell'ambito, più ampio, della sostenibilità.

NEWSLETTER

La newsletter in italiano esce il martedì e raggiunge filiera e stakeholder con notizie a approfondimenti esclusivi. La newsletter in inglese esce il giovedì e raggiunge importatori e distributori, oltre ad associazioni e organizzazioni internazionali.

redazione@greenplanet.net

GEMMA EDITCO SRL

GEMMA EDITCO Srl partita IVA: 01963490238 Via Fiordiligi, 6 / 37135 Verona +39 045.8352317 segreteria@gemmaeditco.it

SEGUICI SUI SOCIAL

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

25/10/2022

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 249
Utenti unici: 78.000

https://greenplanet.net/lagricoltura-bio-si-fa-piu-digital-il-27-ottobre-i-risultati-del-progetto-biocereals-4-0/

L'agricoltura bio si fa più digital, il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - Green Planet

L'agricoltura bio si fa più digital, il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - Green PlanetOttobre 25, 2022

Offrire alle realtà agricole biologiche delle Marche un'opportunità concreta di innovazione grazie a strumenti digitali. È il cuore del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa agrobiologica Montebello, soggetto capofila, e realizzato grazie all'apporto scientifico dell'Università Politecnica delle Marche e alla partnership tecnologica di Apra – Var.

I risultati del progetto verranno illustrati nel convegno conclusivo dal titolo "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche", in programma giovedì 27 ottobre alle ore 17.00 a Morro d'Alba (An) presso l'azienda vitivinicola Mario Lucchetti. L'evento è organizzato nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura.

"Il progetto Biocereals 4.0 – ha dichiarato Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell'agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità".

Ad Univpm è stato affidato il compito di adattare lo strumento tecnologico alle esigenze della filiera agroalimentare. "La ricerca scientifica condotta nell'ambito del progetto – ha affermato il professor Raffaele Zanoli – offre soluzioni innovative per sostenere la filiera dei seminativi biologici verso il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale stabiliti dalle strategie

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Farm to Fork e Biodiversity 2030”.
Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa “carica di innovazione”, come ha spiegato Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare: “Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c’è il Decision Support System (DSS), una tecnologia previsionale che permette di supportare l’imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro.”
“L’agricoltura biologica è la punta più avanzata dell’agricoltura professionale e non può essere identificata con l’agricoltura del nonno, che non era biologica per niente, perché
Prodotta dalla casa editrice Gemma Editco, la piattaforma GreenPlanet è dedicata all’informazione sulle produzioni e le aziende del biologico italiano e internazionale e ai settori collegati, dalla ricerca alle tecnologie, dalla trasformazione alla distribuzione, dagli eventi alle politiche di settore. GreenPlanet si occupa anche di temi ambientali e di produzioni naturali e dell’ambito, più ampio, della sostenibilità.
NEWSLETTER
La newsletter in italiano esce il martedì e raggiunge filiera e stakeholder con notizie a approfondimenti esclusivi. La newsletter in inglese esce il giovedì e raggiunge importatori e distributori, oltre ad associazioni e organizzazioni internazionali.
redazione@greenplanet.net
GEMMA EDITCO SRL
GEMMA EDITCO Srl partita IVA: 01963490238 Via Fiordiligi, 6 / 37135 Verona +39 045.8352317 segreteria@gemmaeditco.it
SEGUICI SUI SOCIAL

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/03/2023

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 261
Utenti unici: 78.000

https://greenplanet.net/marche-al-via-il-progetto-per-la-digitalizzazione-della-filiera-cerealicola-bio/

Marche, al via il progetto per la digitalizzazione della filiera cerealicola bio - Green Planet

Marche, al via il progetto per la digitalizzazione della filiera cerealicola bio - Green PlanetCerca Chiudi

Marche, al via il progetto per la digitalizzazione della filiera cerealicola bio

Marzo 28, 2023

Facebook Twitter LinkedIn

È stato presentato la scorsa settimana a Montefelcino(PU) il progetto “SI–RIPARTE”, che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all’impiego di tecnologie digitali.

Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l’Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L’iniziativa rientra nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura.

“Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche – investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni”. Nell’ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l’obiettivo di estendere l’applicazione ad un bacino più ampio.

Questi interventi hanno l’ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“garantire l’assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica”.
Il convegno è stato anche un’occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l’assessore all’Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l’accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge “Gioventù agricola” che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio.
All’evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche.
Il progetto “SI–RIPARTE” (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l’integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali.
Fonte: Ufficio Stampa Cooperativa Montebello
Quante aziende adottano lo standard High Welfare Federbio per la zootecnia? Dopo l’intervista al segretario generale di Federbio, Paolo Carnemolla, pubblicata dalla nostra testata la scorsa settimana (Il Biologico al bivio tra etica ed estetica. Intervista a Carnemolla) , un lettore …
Cresce la consapevolezza del consumatore nei confronti del valore dei prodotti biologici e l’etica della coltivazione bio sembra “vincere” sull’estetica di frutta e verdura, ma
Prodotta dalla casa editrice Gemma Editco, la piattaforma GreenPlanet è dedicata all’informazione sulle produzioni e le aziende del biologico italiano e internazionale e ai settori collegati, dalla ricerca alle tecnologie, dalla trasformazione alla distribuzione, dagli eventi alle politiche di settore. GreenPlanet si occupa anche di temi ambientali e di produzioni naturali e dell’ambito, più ampio, della sostenibilità.
NEWSLETTER
La newsletter in italiano esce il martedì e raggiunge filiera e stakeholder con notizie a approfondimenti esclusivi. La newsletter in inglese esce il giovedì e raggiunge

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

importatori e distributori, oltre ad associazioni e organizzazioni internazionali.

redazione@greenplanet.net
GEMMA EDITCO SRL
GEMMA EDITCO Srl partita IVA: 01963490238 Via Fiordiligi, 6 / 37135 Verona +39 045.8352317 segreteria@gemmaeditco.it

SEGUICI SUI SOCIAL

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

02/11/2022

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 272
Utenti unici: 78.000

https://greenplanet.net/biocereals-4-0-digitalizzazione-e-consulenza-fondamentali-per-il-futuro-del-bio-marchigiano/

Biocereals 4.0: digitalizzazione e consulenza fondamentali per il futuro del bio marchigiano - Green Planet

Biocereals 4.0: digitalizzazione e consulenza fondamentali per il futuro del bio marchigiano - Green PlanetNovembre 2, 2022

Facebook Twitter LinkedIn

Al via il progetto Biocereals 4.0 nelle Marche. Nasce dalla Cooperativa Montebello di Pesaro Urbino e consiste in una serie di strumenti che applicano la digitalizzazione alla filiera produttiva dei seminativi bio. Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle App per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola e soprattutto sapere quanto è stato piantato. Un dato ignoto fino a prima del Covid. Mancano ancora banche dati sulla produzione (importantissimi con lo stato di cambio climatico in atto) e di commercializzazione ma non è, al momento, il principale problema per la reale applicazione di questa necessaria implementazione scientifica.

Il punto principale per la sua applicabilità, infatti, è il "digital divide", ossia l'impossibilità per la quasi totalità delle aziende agricole di accedere ad una rete internet per potere usare questi strumenti. Problema che non riguarda naturalmente solo la Regione Marche, ma tutto il resto dell'Italia in cui, secondo le statistiche, le aziende agricole collegate ad una rete internet sono al di sotto del 3% lungo la Penisola.

"Abbiamo implementato questo progetto – ci spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – su venti delle 420 aziende agricole della filiera dei cereali che ruotano intorno alla cooperativa, di queste ben 370 sono socie. In pratica su quelle che avevano la connessione Internet. Nonostante questo, però, è importante sviluppare progetti di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

questo tipo perché, se si vuole che il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica, ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo l'altro problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione.
L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze. In questo senso abbiamo sviluppato e messo in funzione un sistema di soluzioni completo al servizio di tutte le aziende socie e di quelle che vorranno aderire alla nostra cooperativa, che produce oltre a seminativi anche altre derrate agricole bio". Digital divide permettendo.
Il progetto Biocereals 4.0 è frutto di un finanziamento PSR da 300 milioni su tre anni e, per il momento è a disposizione degli ettari aggregati alla cooperativa coltivati a cereali bio che sono circa il 25% del totale regionale.
"Noi coltiviamo circa 6mila ettari di seminativi bio su circa 20mila regionali. – precisa Torriani – La SAU complessiva delle Marche dedicata ai prodotti agricoli certificati è di 115mila ettari".
Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, sono stati testati una serie di strumenti digitali per innovare il settore. I risultati del progetto sono stati illustrati la settimana scorsa nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba (AN) presso l'azienda Mario Lucchetti.
"Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello – è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano".
Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare. "In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema".
Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio.
Francesco Maria Martini di UNIVPM si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.
L'agricoltura biologica permette di avere una varietà di specie più alta del 34%. Le aziende bio, inoltre, sono in media più grandi e permettono di generare
Prodotta dalla casa editrice Gemma Editco, la piattaforma GreenPlanet è dedicata all'informazione sulle produzioni e le aziende del biologico italiano e internazionale e ai settori collegati, dalla ricerca alle tecnologie, dalla trasformazione alla distribuzione, dagli eventi alle politiche di settore. GreenPlanet si occupa anche di temi ambientali e di produzioni naturali e dell'ambito, più ampio, della sostenibilità.
NEWSLETTER
La newsletter in italiano esce il martedì e raggiunge filiera e stakeholder con notizie a approfondimenti esclusivi. La newsletter in inglese esce il giovedì e raggiunge importatori e distributori, oltre ad associazioni e organizzazioni internazionali.
redazione@greenplanet.net
GEMMA EDITCO SRL
GEMMA EDITCO Srl partita IVA: 01963490238 Via Fiordiligi, 6 / 37135 Verona +39 045.8352317 segreteria@gemmaeditco.it
SEGUICI SUI SOCIAL

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://www.myfruit.it/biologico/2022/09/bio-domani-si-celebra-la-giornata-voluta-dallue.html

Bio, domani si celebra la Giornata voluta dall'Ue

Bio, domani si celebra la Giornata voluta dall'UeEmail* Nome* Cognome* Attività dell'azienda * Fruit Lover Grande Distribuzione Ho.Re.Ca. Ingrosso Produzione Retail Servizio Azienda Provincia Trattamento dei dati personali* Ricevi la newsletter settimanale gratuita e le comunicazioni informative di myfruit.it Privacy Policy Iscriviti

22 Settembre 2022

Coldiretti: “Una risposta alle sfide attuali”. Consorzio Marche: “Rafforzare l’approccio di filiera”

Si celebra domani 23 settembre la Giornata europea dell’agricoltura biologica, istituita dall’Unione europea nel quadro di una strategia che punta a favorire la crescita del settore.

Coldiretti: “Italia leader Ue con 86mila imprese”

Con 86mila imprese e il 17% della superficie coltivata a bio contro una media Ue del 9% l’Italia è leader europeo nell’agricoltura biologica con un ruolo da protagonista per la crescita sostenibile del Paese. E’ quanto emerge da una analisi della Coldiretti diffusa in occasione della Giornata europea del biologico, istituita su iniziativa della Commissione Ue, che si celebra il 23 settembre. Nello spazio di dieci anni la superficie coltivata a bio è praticamente raddoppiata (+99%) salendo alla cifra record di quasi 2,2 milioni di ettari, secondo l’analisi Coldiretti su dati Ismea, e arrivando molto vicino agli obiettivi previsti dalla strategia Ue per il cibo “Farm to Fork”, che prevede di portare le superfici bio europee al 25% entro il 2030. Un successo alimentato anche dall’export con le vendite di prodotti agroalimentari italiani biologici sui mercati internazionali che hanno raggiunto nel 2022 i 3,4 miliardi, mettendo a segno una crescita del +16% rispetto all’anno precedente, secondo l’analisi di Coldiretti su dati Ismea.

“Ma in un momento di crisi energetica l’agricoltura biologica consente anche – rileva Coldiretti – di tagliare di un terzo i consumi energetici attraverso l’utilizzo di tecniche meno intensive, le filiere corte e la rinuncia ai concimi chimici di sintesi prodotti con l’uso di gas. Si va dall’uso di sostanze naturali e 100% made in Italy per concimare i

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

terreni e sostituire i fertilizzanti dall'estero, rincarati anche del 170% con un effetto valanga sulla spesa delle famiglie, al riutilizzo degli scarti di produzione (foglie, gusci, paglia, ecc.) per garantire energia pulita, fino al potenziamento delle filiere corte con la vendita diretta che abbatte i trasporti. In questo modo si riesce a ridurre i consumi di energia in media del 30% rispetto all'agricoltura tradizionale ma in alcuni casi, come ad esempio per le mele, si arriva addirittura al -45 per cento". "L'agricoltura biologica rappresenta un metodo produttivo di importanza strategica per la transizione ecologica dei nostri territori – dichiara il presidente della Coldiretti Ettore Prandini nel ricordare che "i primati del biologico italiano contribuiscono a rendere la nostra agricoltura la più green d'Europa". "Il biologico sta già dimostrando di essere una risposta alle sfide attuali – ha dichiarato Maria Letizia Gardoni presidente di Coldiretti Bio, l'associazione che riunisce le imprese biologiche e biodinamiche di Coldiretti – È necessario però ricentrarlo nella sua dimensione agricola, legarlo saldamente al territorio di produzione e affrontare un processo di evoluzione nel sistema di certificazione che possa essere sempre di più garante di un modello produttivo attento all'ambiente e alle persone di cui le aziende agricole italiane sono da tempo protagoniste". Ma occorre anche che la riforma del sistema di certificazione europeo per il biologico, fortemente voluta da Coldiretti, che ha reso più stringenti i controlli alle importazioni da paesi terzi, deve essere sia applicata con urgenza e non può più essere rimandata.

Consorzio Marche Biologiche: "Rafforzare l'approccio di filiera"

"Occorre attrezzare le imprese per affrontare uno scenario sempre più complesso – afferma il presidente del Consorzio Marche Biologiche, Francesco Torriani – Il Consorzio sta agendo proprio in questo senso; in particolare sta supportando le cooperative con le relative aziende agricole socie nella presentazione di un importante progetto di filiera, sia ai sensi del Pnrr che Psr Marche, e negli investimenti in campo energetico e per l'innovazione, che va dalla selezione di nuove varietà alla digitalizzazione fino ai servizi di consulenza".

Infatti, a fattori prevedibili come il calo dei consumi alimentari nel post-pandemia e l'aumento dei competitor sul terreno della sostenibilità – sottolinea Torriani – si è aggiunta la crisi geopolitica, con l'impennata dei prezzi dell'energia e delle materie prime. In questo contesto bisogna rafforzare l'approccio di filiera: filiere forti e strutturate, con capacità di progettazione e innovazione, affrontano meglio le distorsioni del mercato. A fare le spese di questa crisi saranno soprattutto le piccole aziende, quelle non inserite in un sistema aggregato; non basteranno più i contributi della Pac né quelli del Pnrr: servono organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

valore lungo tutta la filiera. Riguardo l'emergenza energetica, uno strumento particolarmente importante è rappresentato dalle comunità energetiche, che forniscono un modello innovativo per la produzione, distribuzione e consumo di energia proveniente da fonti rinnovabili: l'auspicio è che il nuovo governo acceleri sui decreti attuativi per realizzarle".

Altri punti nodali riguardano il sostegno alla domanda e l'aumento della produttività: "Crescono gli ettari convertiti al biologico e di conseguenza l'offerta di prodotti: nel proliferare di marchi green e richiami alla sostenibilità, essere semplicemente bio non basta più, servono campagne promozionali d'impatto capaci di comunicare con efficacia la qualità delle produzioni bio".

"Infine, non certo per importanza – conclude Torriani, che è anche presidente di Confcooperative FedagriPesca Marche – la questione climatica, di drammatica attualità nella nostra regione: alluvioni in autunno e siccità in estate. L'alluvione che nella scorsa settimana ha messo in ginocchio una parte significativa della nostra regione ci ricorda per l'ennesima volta che il pianeta Terra sta male e che le conseguenze dei cambiamenti climatici rischiano di avere un effetto devastante sulle nostre comunità locali. E' evidente che in termini politici generali vanno perseguite con determinazione le politiche coerenti con gli obiettivi del Green Deal europeo, senza ripensamenti e dilazionamenti. In termini concreti e amministrativi, occorre senza indugio mettere mano al governo del territorio con delle procedure che semplifichino e accelerino i lavori di manutenzione degli invasi, mettendo in sicurezza con gli investimenti necessari e appropriati le aree più a rischio del nostro territorio regionale".

Fonte: Coldiretti – Consorzio Marche Biologiche

6 Febbraio 2023

6 Febbraio 2023

Nuove progettualità e nuovi linguaggi nel reparto ortofrutta

Edito da NCX Drahorad srl Via Prov. Vignola-Sassuolo 315/1 41057 Spilamberto (MO) Italia - P. IVA e C.F. 0141460369 - REA: MO 208553 - Capitale sociale: Euro 50.000 i.v.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/02/2023

viveremarche.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 248
Utenti unici: 74.000

https://www.viveremarche.it/2022/05/16/francesco-torriani-il-nuovo-presidente-di-confcooperative-fedagripesca-marche/2100181024

Francesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche

Francesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca MarcheFrancesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche

3' di lettura 14/05/2022 - Eletto dall'assemblea regionale delle 60 cooperative aderenti

È Francesco Torriani il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche. È stato eletto dall'assemblea regionale dell'associazione che si è svolta ad Ancona, dedicata ai temi "Reddito, sostenibilità, energia e digitalizzazione. Il modello cooperativo è ancora attuale?". Torriani, 55 anni, è presidente di ConMarcheBio, Consorzio Marche Biologiche. Subentra a Patrizia Marcellini alla guida dell'associazione che conta 60 cooperative agricole e di pesca, con 4.700 soci, 1.260 occupati e un fatturato di 423 milioni di euro. Fra le prime questioni da affrontare, ha detto Torriani dopo l'elezione, la valorizzazione del ruolo della cooperativa agricola e di pesca come produttore di cibo sano, il rapporto fra produttori e consumatori e il riconoscimento della giusta remunerazione del lavoro agricolo e della pesca.

"Oggi più che mai l'impresa cooperativa è idonea ad affrontare le sfide del nostro tempo proprio perché unisce le forze del pensiero e dell'azione - ha detto Marcellini nella sua relazione di fine mandato -, nel comune obiettivo di raggiungere lo scopo per cui è nata e aiutare i propri soci a crescere nel rispetto dell'ambiente e del lavoro, tenendosi lontana dalla corruzione". E, ha ricordato Marcellini, "come ha detto Papa Francesco quando ci ha ricevuti: 'La cooperazione è quella cosa con la quale uno più uno fa tre'".

Sull'attualità del modello cooperativo, il vicepresidente della Regione Marche, Mirco

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Carloni, ha sottolineato come "sia purtroppo un modello che rischia di non andare avanti se non verranno ripensate le politiche di programmazione, specialmente europee, sia per l'agricoltura sia per la pesca. Entrambi i settori hanno sì bisogno di essere sostenibili ma non solo nel senso ambientale. La cooperazione agricola e della pesca deve potersi caratterizzare di una sostenibilità 'olistica', che consenta di valorizzare e retribuire equamente le aziende e i lavoratori. La Regione crede nella cooperazione e cerca di proporre misure adeguate che vadano in questa direzione".
Unanime, da parte dell'assemblea, il riconoscimento all'impegno di Patrizia Marcellini sia a livello regionale sia a livello nazionale. In particolare del presidente di Confcooperative Marche, Massimo Stronati, che ha sottolineato "il valore del suo lavoro costante per questi settori e per le donne cooperatrici". Stronati ha augurato buon lavoro "al presidente Torriani che apre un nuovo ed atteso corso anche in virtù della grande spinta della Regione verso il biologico". Fra le emergenze della cooperazione agricola e della pesca rimane quella del caro-energia.
"Rischiamo di dover fermare i pescherecci - ha detto Giuseppe Micucci, coordinatore Confcooperative Fedagripesca Marche settore Pesca - perché non si riesce più a creare economia. Occorre ripensare alla politica per il settore, per salvare non solo il mare ma anche i pescatori". La cooperazione, ha affermato Paolo Tiozzo, vicepresidente nazionale Confcooperative Fedagripesca settore Pesca, "è l'unica che può fare la differenza in un Paese in cui la passione e la cultura del cibo hanno così tanto valore". "Il nostro compito, di cooperatori, è quello di assicurare il cibo a tutti - ha detto Giorgio Mercuri, presidente nazionale Confcooperative Fedagripesca -, dobbiamo poter continuare ad essere e rappresentare, a livello nazionale e internazionale, quello che c'è di più buono nel Made in Italy".
L'indirizzo breve è https://vivere.me/c7sw
Agenzia Funebre Moschini S.R.L. Via Armellini 10 60019 Senigallia AN Tel: 071 65580 - 337 630693 335 8151161 - 335 6377924 https://www.onoranzefunebrimoschinisrl.com
Onoranze Funebri NAOF di Biondi Via Chiaravallese, 8 60027 Osimo AN Biondi Enrico 340.4790418 Biondi Marco 339.4371398 http://www.onoranze-funebrinaof.com/
AlaNuova Onoranze Funebri https://www.servizifunebrialanuova.it/
Pieroni Onoranze Funebri Via Marconi, 112 60015 Falconara Marittima AN 071.910012 Marcello 335.7781139 Simone 335.7799120 http://www.onoranzefunebripieroni.it/
OFR Onoranze Funebri Riunite Guescini Belacchi Via Metauro, 74 - FANO 0721.803.804 Eredi Mei Via Ponte Metauro, 47 Calcinelli (PU) 0721.895.562

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://www.ofr.it/
Cristian Lanzi Funeral Service Via C. Colombo n. 311 Quartiere FONTESPINA 62012 Civitanova Marche (MC) 0733.1872161 338.3860828 https://www.onoranzefunebrilanzi.it/
Belardinelli Onoranze Funebri dal 1950 Via Bruno Buozzi 27 60041 Sassoferrato (AN) 0732 96868 348 5140025 https://onoranzefunebribelardinelli.it/
VIVERE ITALIA

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

meteogiornale.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 614
Utenti unici: 73.000

https://www.meteogiornale.it/2023/09/magazine/il-settore-alimentare-biologico-italiano-una-fase-delicata/

Il settore alimentare biologico italiano: una fase delicata

Il settore biologico italiano: una fase delicata e una nuova campagna di comunicazione

Il mercato dei prodotti alimentari biologici in Italia sta attraversando un periodo di incertezza, dopo un trend di crescita quasi costante che ha raggiunto il suo apice nel 2020. Secondo i dati raccolti dall'Ismea, nel 2022 gli acquisti domestici hanno mostrato una lieve crescita in valore (+0,5% rispetto al +6,4% dell'agroalimentare totale), riducendo così l'importanza del cesto di prodotti biologici nella spesa alimentare totale degli italiani.

Per sostenere il settore e ricordare ai consumatori che la salute del nostro pianeta è anche influenzata dalle scelte che facciamo a tavola, il Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste ha promosso una campagna di comunicazione istituzionale. Questa è stata presentata da Ismea in occasione del Sana di Bologna, con la presenza di Luigi D'Eramo, sottosegretario di Stato, Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio, Nicoletta Maffini, presidente di Assobio, Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari, e Luca Sardella, autore e conduttore televisivo.

Dettagli sulla campagna di comunicazione

La campagna di comunicazione integrata, che inizierà nelle prossime settimane, includerà uno spot televisivo e radiofonico con il noto cantautore, presentatore e comico Elio. Inoltre, sarà realizzata una webserie per i social network in cui Elio sarà

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari), e da video informativi condotti da Luca Sardella.

La campagna sarà completata da una serie di annunci digitali e stampa, tutti incentrati sullo stesso messaggio: l'acquisto di prodotti biologici ha un impatto positivo sia sull'ambiente che sul consumatore. Questo concetto sarà espresso attraverso una call to action semplice ma efficace: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Percezione e conoscenza del biologico tra i consumatori

Prima di lanciare la campagna, è stata condotta una fase di ricerca e analisi delle attitudini, conoscenze e comportamenti dei consumatori rispetto ai prodotti biologici. Questa fase ha incluso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini presso alcune insegne della Gdo.

Dalla ricerca sono emersi diversi elementi chiave che hanno guidato la definizione della strategia e dei messaggi principali della campagna. Tra questi, la scarsa conoscenza del marchio comunitario "euro foglia" che contraddistingue i prodotti biologici, la richiesta di maggiori garanzie sulla qualità biologica, un prezzo percepito come troppo alto rispetto ai prodotti convenzionali, e la confusione tra i consumatori causata da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del biologico.

Obiettivi e speranze per il futuro del settore biologico

"Il biologico è un settore strategico per l'Italia", ha affermato Luigi D'Eramo, sottosegretario al Ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste. "Il nostro Paese è leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per il numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Per sostenere questa crescita, è fondamentale promuovere un aumento dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy, evidenziando il loro valore e i benefici per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Livio Proietti, Commissario Straordinario Ismea, ha sottolineato l’importanza di questa campagna per aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, incoraggiando così sempre più agricoltori a convertirsi al biologico.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

varesenoi.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 654
Utenti unici: 73.000

https://www.varesenoi.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

viveremarche.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 250
Utenti unici: 69.000

Link originale: https://www.viveremarche.it/2023/04/05/urbino-vinitaly-la-bellezza-nel-gusto-la-casciotta-#...

Vivere Marche

Urbino: Vinitaly, "La Bellezza è nel Gusto", la Casciotta d'Urbino DOP non teme il confronto con il cibo sintetico

04/05/2023 00:18

5'di lettura04/04/2023 - A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, la Casciotta d'Urbino DOP, dal Vinitaly di Verona, con l'incontro dal titolo 'La Bellezza è nel Gusto', nello spazio di Food Brand Marche, mira a ribadire l'importanza del cibo tradizionale, capace di rispettare la natura degli alimenti e di chi ne fa uso. L'obiettivo è anche quello di sottolineare la rilevanza degli allevamenti per l'economia del territorio e per la tutela delle tradizioni e della biodiversità, come dell'intera filiera alimentare delle Marche, con il suo patrimonio di tradizioni e saperi locali quali garanzia dell'assoluta bontà e genuinità dei prodotti nonché per la tutela della salute dei cittadini. "Una Casciotta d'Urbino Dop - secondo Paolo Cesaretti, Coordinatore del Consorzio Tutela - è molto più di un semplice alimento. Può suscitare emozioni come scoperta, brivido, stupore, sogno, prodigio, affinità e adorazione, ma anche, sebbene raramente, delusione e disappunto. Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo". "Il cibo sintetico - dichiara l'on. Mirco Carloni, Presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati - oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali. E non è nemmeno più sostenibile. Il governo ha fatto bene a imporre il divieto - con il provvedimento approvato in Consiglio dei ministri - di vendere, importare, produrre e distribuire questo alimento. È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/04/2023

viveremarche.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 250
Utenti unici: 69.000

Urbino: Vinitaly, "La Bellezza è nel Gusto", la Casciotta d'Urbino DOP non teme il confronto con il cibo sintetico

5'di lettura04/04/2023 - A pochi giorni dal provvedimento approvato dal Consiglio dei Ministri, che sancisce il divieto di produzione, commercializzazione, importazione del cibo sintetico, la Casciotta d'Urbino DOP, dal Vinitaly di Verona, con l'incontro dal titolo 'La Bellezza è nel Gusto', nello spazio di Food Brand Marche, mira a ribadire l'importanza del cibo tradizionale, capace di rispettare la natura degli alimenti e di chi ne fa uso. L'obiettivo è anche quello di sottolineare la rilevanza degli allevamenti per l'economia del territorio e per la tutela delle tradizioni e della biodiversità, come dell'intera filiera alimentare delle Marche, con il suo patrimonio di tradizioni e saperi locali quali garanzia dell'assoluta bontà e genuinità dei prodotti nonché per la tutela della salute dei cittadini. "Una Casciotta d'Urbino Dop - secondo Paolo Cesaretti, Coordinatore del Consorzio Tutela - è molto più di un semplice alimento. Può suscitare emozioni come scoperta, brivido, stupore, sogno, prodigio, affinità e adorazione, ma anche, sebbene raramente, delusione e disappunto. Se non avesse tutte queste sfumature, non sarebbe altro che un comune cibo". "Il cibo sintetico - dichiara l'on. Mirco Carloni, Presidente della XIII Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati - oltre al fatto che non può essere paragonato ai nostri prodotti della tradizione, è una grande menzogna. Per produrlo in laboratorio si devono uccidere comunque degli animali. E non è nemmeno più sostenibile. Il governo ha fatto bene a imporre il divieto - con il provvedimento approvato in Consiglio dei ministri - di vendere, importare, produrre e distribuire questo alimento. È necessario tutelare la nostra dieta mediterranea difendendola da queste nuove invenzioni che tendono a ingannare il consumatore". Tommaso Di Sante, Presidente Coldiretti Pesaro e Urbino, difende il cibo vero da agricoltura vera: "Il cibo è un bene prezioso e di tutti ed è legato alla storia e alla cultura di un paese. Sicuri che danneggerebbe l'economia e l'immagine del made in Italy nel mondo, con il rischio di monopolio da parte di alcune

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

grandi industrie del settore, il cibo sintetico metterebbe a rischio anche la salute dell'uomo, dato che non conosciamo con certezza gli effetti a lungo termine. La dieta mediterranea italiana rappresenta un patrimonio da valorizzare in quanto modello salutare per eccellenza e di rigoroso rispetto del territorio e della biodiversità". Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche: "Bene prendere posizione contro la produzione delle carni sintetiche, contraria a un modello produttivo che è molto lontano dalla nostra cultura e da un modello produttivo legato alla filiera agricola, ma attenzione a non usare strumentalmente il tema della produzione delle carni sintetiche per non affrontare il vero argomento che invece, come sistema agroalimentare italiano, ci coinvolge direttamente e verso il quale abbiamo le nostre responsabilità ovvero quali politiche di sviluppo prevediamo per la nostra zootecnia e per i nostri allevamenti, in un contesto dove diventano sempre più evidenti gli effetti negativi della crisi climatica e ambientale e dove le sensibilità culturali ed etiche dei consumatori ci chiedono sempre più sostenibilità ambientale e benessere animale? E' evidente allora che la questione delle carni sintetiche deve diventare l'occasione non solo per dire no ad un modello produttivo totalmente avulso dall'agricoltura, ma anche per promuovere e qualificare ulteriormente il nostro modello produttivo zootecnico e renderlo sempre più sostenibile e in linea con le esigenze dei consumatori". Anastasia Ciotti del Consorzio Tutela Oliva Ascolana del Piceno Dop: "L'Oliva Ascolana del Piceno Dop non ha nulla a che vedere con il cibo sintetico. E' un prodotto principe di un piatto della tradizione antica ascolana, che contraddistingue la nostra città e mai potrà essere modificata introducendo nella ricetta fake - food". Nata dal latte (ovino 70-80% e vaccino 30-20%) di animali liberi, sani e felici, lavorata ad arte da maestri casari, veri custodi delle nostre tipicità gastronomiche e dell'ambiente, la Casciotta d'Urbino Dop, regina della tavola sin dal '500, è un'eccellenza agroalimentare italiana e marchigiana, simbolo della provincia di Pesaro e Urbino, il primo formaggio ad aver conquistato la Denominazione di Origine Protetta. Protagonista di una storia d'amore secolare con il suo ambasciatore più illustre, Michelangelo Buonarroti, spicca per la sua "strana" lettera S. Una storpiatura che, si dice, sia dovuta a un errore di trascrizione di un impiegato ministeriale e che la differenzia dai formaggi che, come lei, derivano il loro termine identificativo dall'antico "cascio", variante linguistica territoriale del più diffuso "cacio". La Casciotta d'Urbino Dop divenne una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

specialità distintiva marchigiana con il Signore del Ducato di Urbino, Federico da Montefeltro, che decise di proteggere il suo territorio dalle scorrerie dei pastori transumanti agevolando l'uso dei pascoli per gli allevatori locali. La produzione di piccole forme rotonde, morbide e dal sapore delicato si affinò fino ad arrivare agli anni '60 del secolo scorso quando le "vergare", donne di casa del pesarese dedite all'allevamento del bestiame, composero la ricetta. Per tutelarne l'eccellenza, al Disciplinare si affianca il Consorzio di Tutela Casciotta d'Urbino Dop che si occupa anche della sua promozione e valorizzazione. Anche il gusto è altrettanto inconfondibile: dolce e delicata, ha il sapore del burro e del latte fresco col quale viene prodotta. Friabile e molle, all'olfatto è fragrante e aromatica. Una vera perla, versatile e perfetta per impreziosire le ricette e le colazioni più diverse! "Preparare un piatto - conclude Paolo Cesaretti - richiede creatività, altruismo. Coinvolge i cinque sensi: gusto, olfatto, udito, vista e tatto, che si combinano sapientemente e si amalgamano insieme. È compito di Otello Renzi, animo magnanimo, generoso e piacevolmente epicureo, trasformare ciò in arte. Creare questo piatto di spaghetti biologici, Casciotta d'Urbino e olive Ascolana del Piceno facendone un incantesimo, abbinandolo al vino Bianchello". L'evento, moderato dalla giornalista Veronique Angeletti, è a cura del Consorzio Tutela Casciotta d'Urbino Dop, che, sin dalla sua nascita, ha avuto il merito di aver recuperato e diffuso su ampia scala la preparazione della Casciotta d'Urbino e la sua tradizione storica.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

italianpost.news

Argomento: Consorzio

EAV: € 641
Utenti unici: 69.000

https://www.italianpost.news/the-health-of-the-planet-passes-through-your-shopping-part-of-the-masaf-ismea-organic-campaign/

The health of the planet passes through your shopping, part of the Masaf-Ismea organic campaign

Purchases of organic food products are experiencing a delicate phase, after a practically uninterrupted growth trend which culminated in a record-breaking 2020. According to the data monitored by Ismea, domestic purchases have in fact marked time in 2022, with modest growth in value (+0.5% compared to +6.4% for the overall agri-food sector), which reduces the weight of the shopping basket Bio on the total food and drink expenditure of Italians. Promoting the sector, reminding the consumer that the health of the planet also depends on the choices made at the table, is the institutional communication campaign promoted by the Ministry of Agriculture of Food Sovereignty and Forests, presented by Ismea today on the occasion of the Sana di Bologna, in the presence of the undersecretary of state Luigi D'Eramo, Maria Grazia Mammuccini president of Federbio, Nicoletta Maffini president of Assobio, Francesco Torriani coordinator of the organic sector Alleanza Cooperative Agroalimentari and one of the testimonials: the author and television presenter Luca Sardella. The integrated media campaign, which will kick off in the coming weeks, will focus on a spot broadcast on the main radio and TV channels, starring the well-known singer-songwriter, presenter and comedian Elio, on a web series for social networks in which Elio is joined by the influencers Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) and Lulù Gargari (@lulugargari) and by the more informative video pills conducted by Luca Sardella.

The campaign is completed by a series of digital and print ads with different messages that all convey the same concept: the purchase of organic products gives rise to a series of positive effects for the environment and for the consumer, enclosed in a simple and powerful at the same time: "The health of the planet depends on your spending". The communication activities were preceded by a phase of exploration and in-depth analysis of the consumer's attitudes, knowledge and behavior with respect to BIO, through a Cawi survey on a representative sample of purchasing managers, focus groups and surveys conducted at some large-scale

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

retail brands .

The researches have revealed a series of central elements in defining the strategy and the key messages of the campaign, such as for example the lack of knowledge on the part of consumers of the euro leaf (the Community trademark that marks organic products), the request for greater guarantees on organic , a price still perceived as too high compared to the conventional one, and the presence of great confusion among consumers induced by shelves and packaging that are increasingly crowded with symbols and writings that promise some of the distinctive values of organic products.

In more detail, it emerged from the surveys that less than 1 Italian out of 3 knows the true symbol of organic products. More than 1 out of 2 is instead convinced that the simple wording 'organic' is enough as a guarantee for the purchase of this type of product. The high price of organic products also represents a brake on more recurring consumption, despite the fact that the gap with the conventional product has narrowed significantly compared to recent years.

The younger ones perceive it as a big barrier, which leads to buying Bio only when there are convenient offers. Another barrier, in addition to the price, which leads one in three families to declare they do not buy organic products, is also a certain distrust of the control system, perhaps fueled by recent scandals and fake news (25% do not believe that organic products have no chemical residues and 16% do not believe in the checks that are carried out). While among the reasons for buying, health and environmental sustainability are in the first places. Another element that makes us think is that 4 out of 10 families do not perceive differences between organic products and natural/artisanal ones, whereas organic products are instead guaranteed by a system of controls and certifications.

"Organic farming is a strategic sector for Italy – said the undersecretary of the Ministry of Agriculture, food sovereignty and forests, Luigi D'Eramo -. Our country confirms itself as the leader in Europe both for the surfaces cultivated with organic products and for the number of certified operators which continue to increase. In order for this growth to continue, it is important that it be accompanied by a recovery in consumption, especially domestic spending. The Masaf communication campaign created by Ismea presented today at Sana has the objective of promoting

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

better knowledge of the characteristics of Made in Italy organic foods, highlighting their value and positive effects on health, not only for citizens but also for Planet".

"The organic sector is in part suffering from the competition of other products which, through visual elements, colors and references of various types on the label and in the packaging, insist on the same value assets without having the same system of controls and guarantees – underlined the Extraordinary Commissioner Ismea Livio Proietti. The result is often a vague perception on the part of the less informed consumer of the pluses that distinguish BIO and this does not help the penetration of the category, despite the fact that the price gap with the conventional product has greatly diminished. We hope that this campaign, eagerly awaited by operators in the sector – commented the Commissioner – can help increase consumer knowledge, strengthen confidence in organic products and stimulate demand, so as to encourage more and more farmers to convert to organic farming, as required by the commitments of the Farm to Fork strategy".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

NOTIZIE D'ABRUZZO

EAV: € 226
Utenti unici: 68.000

Argomento: Consorzio

https://www.notiziedabruzzo.it/economia-abruzzo/bio-italiano-al-19-del-suolo-coltivatomeno-bene-i-consumi.html

Bio italiano al 19% del suolo coltivato,meno bene i consumi

Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, superando i 2,3 milioni di ettari. Ci si avvicina al target comunitario del 25%, con una crescita nel 2022 del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Dati negativi giungono dai consumi mentre segnali più incoraggianti nelle scelte arrivano invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. I dati sono emersi dal convegno nazionale 'Appuntamento con il bio', promosso da Ismea. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il Rapporto 'Bio in cifre', curato da Ismea e Ciheam di Bari, alla presenza delle autorità del ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo, del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore. Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto 'Bio in cifre', il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già sei regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. "La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021 – spiegano dall'Ismea – non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di ricchezza".

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, ha infatti concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Sono stati molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente, vice presidente con delega ll'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta, assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di Ismea, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo. Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida è intervenuto da remoto. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea, mentre Antonio Zinni, del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del 'Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo' per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri – Dirigente Ufficio PQAI1 del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna , a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia -Anabio,Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

True News

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/08/2023 04:01

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore racchiuso in una call to action

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

true-news.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 632
Utenti unici: 68.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

VirtùQuotidiane

EAV: € 536
Utenti unici: 67.000

Argomento: Consorzio

https://www.virtuquotidiane.it/cronaca/frenano-gli-acquisti-di-prodotti-agricoli-bio-al-via-campagna-ministero-ismea.html

Frenano gli acquisti di prodotti agricoli bio, al via campagna Ministero-Ismea

BOLOGNA – I consumi di prodotti agricoli biologici, dopo una crescita culminata nel 2020, stanno vivendo una fase delicata. Secondo i dati registrati dall'Ismea, gli acquisti domestici hanno segnato il passo nel 2022, con una crescita del +0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo. Le ragioni sono molteplici: si va dal prezzo più elevato dei prodotti bio rispetto a quelli convenzionali, alla scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia, il marchio Ue che contrassegna i prodotti del settore, alla necessità di maggiori garanzie sul biologico.

Per promuovere il settore, il Ministero di Agricoltura, sovranità alimentare e foreste lancia una campagna di comunicazione istituzionale, presentata da Ismea al Sana di Bologna. Testimonial sono Elio, protagonista degli spot tv e radio e di una webserie accanto gli influencer Revee, Carlotta Ferlito e Lulù Gargari e il conduttore e agronomo Luca Sardella, che ha realizzato alcune pillole informative.

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che" anche attraverso il packaging "insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie", sottolinea il commissario straordinario Ismea Livio Proietti. "Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il bio e questo non aiuta la penetrazione della categoria".

Far conoscere il mondo del bio sarà cruciale per aumentare i consumi del settore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

fanno notare Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio, e Nicoletta Maffini, presidente di Assobio.

“Dobbiamo sostenere la domanda, altrimenti tutto il settore è in difficoltà”, chiosa Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative.

“Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l’affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni”, sottolinea il sottosegretario Luigi D’Eramo che si è impegnato “a portare avanti per tutto il tempo necessario la campagna di comunicazione che dà risposte” agli operatori del settore e ai consumatori.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/08/2023

viverepesaro.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 202
Utenti unici: 66.000

https://www.viverepesaro.it/2023/08/06/biologico-l8-agosto-visita-ai-campi-di-girasole-a-candelara/146410/

Biologico, l'8 agosto visita ai campi di girasole a Candelara

Un appuntamento per vedere direttamente in campo il grande lavoro che gli operatori del biologico marchigiano portano avanti sulla qualità, a partire già dai semi impiegati nelle colture.

Nel pomeriggio di martedì 8 agosto a Candelara è in programma una visita ai campi prova di girasole biologico destinata ai diversi attori della filiera. L'iniziativa è co-organizzata dalla Montebello Cooperativa Agrobiologica, realtà che fa parte dell'ecosistema Girolomoni, e da Mas Seeds, azienda sementiera leader europea nella produzione di seme, e si inserisce in una serie di incontri tecnici sul campo per approfondire i diversi aspetti delle produzioni biologiche. "Un percorso – spiega il dott. Francesco Torriani, responsabile della Cooperativa Montebello – che da tempo stiamo portando avanti per condividere lungo tutta la filiera tecniche e modalità che contribuiscono a preservare ed innalzare ulteriormente la qualità delle produzioni bio. Una qualità che deve riguardare tutto il processo, a cominciare dal seme, una condizione fondamentale sia per ottenere buone produzioni che per rispettare gli standard del biologico".

Le Marche sono la prima regione d'Italia nella coltura del girasole con circa 40.000 ettari (dati Istat-Ismea 2021), di cui circa il 10% condotto con metodo biologico. "C'è un importante interesse verso questa coltura – prosegue il responsabile della Montebello - sia da un punto di vista agronomico, in quanto ben si adatta alle condizioni pedoclimatiche della nostra regione consentendo di impostare delle rotazioni sostenibili, che da un punto di vista economico e commerciale, perché l'olio di girasole è un ingrediente sempre più importante dell'industria agroalimentare. Certo non mancano i problemi – fa notare Torriani -, in particolare le quotazioni di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

mercato di questa commodity risentono molto del mercato internazionale e per chi vuol fare qualità, come nel caso delle produzioni biologiche, e legare la produzione ad un territorio, non vi è altra strada che sostenere la strutturazione di filiere agroalimentari". L'appuntamento per l'iniziativa dell'8 agosto è alle 17.30 presso la Fondazione Agraria Cante di Montevecchio a Fenile di Fano; da qui si partirà per la visita al campo prova di girasole biologico dell'Azienda Agricola Eredi Renili Valerio di Candelara.

È necessario comunicare la partecipazione utilizzando i seguenti recapiti: 0721/720221 - 349.0059290

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

FreshPlaza

Il biologico italiano necessita di un'ottica di sistema

09/12/2023 00:05

Il convegno " Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", voluto da Demeter Italia in occasione di Sana 2023, è stata l'occasione per focalizzarsi su due aspetti. Il primo ha riguardato il ragionare sugli obiettivi del Green new deal, che indica un percorso ben definito, orientato a trasformare l'Unione europea nel primo territorio a impatto climatico zero entro il 2050, in particolare nelle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura. Il secondo è servito per fare chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro Paese. La tavola rotonda, moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, si è avvalsa delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Gli obiettivi della Farm to Fork da raggiungere entro il 2030 consistono nella riduzione del 50% degli agrofarmaci chimici (fertilizzanti di almeno il 20% e vendite di antimicrobici e antibiotici del 50%), oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico entro il 2030. In Italia i terreni a conduzione biologica sono circa il 18% della SAU, una situazione decisamente buona rispetto ad altre nazioni europee. Perciò l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, ma i relatori hanno concordato sul fatto che questo traguardo quantitativo non possa essere considerato in sé. Deve essere visto in un'ottica di sistema. Francesco Torriani (nella foto sopra), coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari italiane, ha sottolineato la necessità di incentivare le "politiche agricole a favore della produzione biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso, per un sistema 'smart',

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

12/09/2023

Fresh Plaza

EAV: € 623
Utenti unici: 65.000

Argomento: Consorzio

Il biologico italiano necessita di un'ottica di sistema

Il convegno " Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", voluto da Demeter Italia in occasione di Sana 2023, è stata l'occasione per focalizzarsi su due aspetti. Il primo ha riguardato il ragionare sugli obiettivi del Green new deal, che indica un percorso ben definito, orientato a trasformare l'Unione europea nel primo territorio a impatto climatico zero entro il 2050, in particolare nelle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura. Il secondo è servito per fare chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro Paese. La tavola rotonda, moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, si è avvalsa delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Gli obiettivi della Farm to Fork da raggiungere entro il 2030 consistono nella riduzione del 50% degli agrofarmaci chimici (fertilizzanti di almeno il 20% e vendite di antimicrobici e antibiotici del 50%), oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico entro il 2030. In Italia i terreni a conduzione biologica sono circa il 18% della SAU, una situazione decisamente buona rispetto ad altre nazioni europee. Perciò l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, ma i relatori hanno concordato sul fatto che questo traguardo quantitativo non possa essere considerato in sé. Deve essere visto in un'ottica di sistema. Francesco Torriani (nella foto sopra), coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari italiane, ha sottolineato la necessità di incentivare le "politiche agricole a favore della produzione biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso, per un sistema 'smart', sostenibile e professionale". Secondo Torriani, le stesse politiche utilizzate per il settore convenzionale non funzionano e c'è il rischio che il comparto biologico venga "normalizzato". Maria Letizia Gardoni (nella foto sopra), presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche, ha esposto le ragioni di uno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sguardo fiducioso verso il futuro ricordando come "la conversione al biologico e alla biodinamica continua ad attrarre nuove aziende, in particolare imprese condotte da donne e da giovani, senza dimenticare però che la criticità è rendere il contesto produttivo il più proficuo possibile, a livello di prezzi e consumi". Secondo Gardoni, mancano delle filiere strutturate sul biologico e sul biodinamico e, nell'ambito della conversione al bio, sono necessari formazione, preparazione, ricerca pubblica e soluzioni alternative per affrontare le criticità attuali. Franco Ferroni (nella foto sopra), dell'ufficio sostenibilità WWF e coordinatore della coalizione "Cambiamo Agricoltura", ha ribadito l'importanza di "una grande alleanza tra mondo agricolo, consumatori e associazioni ambientaliste. Il piano strategico nazionale anticipa al 2027 il raggiungimento del 25% delle superfici coltivabili a conduzione biologica e la filiera produttiva deve dimostrare di saper cogliere questa opportunità e di perseguire gli obiettivi del Green Deal con un approccio sistemico". Secondo Ferroni, infatti, gli obiettivi del Green deal non possono essere raggiunti per compartimenti stagni. "Inoltre, il consumo di prodotti biologici non può aumentare solo in base alle scelte dei consumatori". Sull'importanza dell'attività, è intervenuta anche Mariagrazia Mammuccini (nella foto sopra), presidente Federbio. "La Farm to Fork impone un modo di lavoro congiunto, in particolare su quattro fronti: i prezzi (talvolta troppo allineati con quelli dei prodotti convenzionali), le certificazioni (la burocrazia costituisce ancora un limite soprattutto per le piccole aziende), i mezzi tecnici (per registrare un principio attivo di origine naturale bisogna seguire lo stesso iter di quelli a formula sintetica) e la zootecnica, con la riduzione degli allevamenti intensivi per rimettere in piedi il legame tra l'animale, l'uomo e la terra". E proprio sull'elemento terra Damiano Di Simine (nella foto sopra), responsabile politiche del suolo Legambiente, ha ricordato che "finalmente è arrivata una proposta della Commissione europea che tiene in considerazione la salute del suolo. È però indispensabile lavorare per non far prevalere la visione delle corporazioni agricole europee al fine di intraprendere un viaggio verso un nuovo paradigma agricolo, in grado di sovvertire l'agricoltura convenzionale degli ultimi 70 anni". Di Simine ha sottolineato che salute e sicurezza alimentare devono viaggiare insieme, cui va aggiunto anche l'elemento sostenibilità. Dalla salute del suolo a quella delle persone, il passo è molto più breve di quanto non si creda. Renata Alleva (nella foto sopra), nutrizionista e componente della giunta

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

esecutiva e del comitato scientifico ISDE Italia (Associazione Medici per l'Ambiente), ha evidenziato che "è sempre più difficile trovare un individuo che non sia stato esposto a contaminanti e agrofarmaci. E chi produce è più a rischio di chi consuma: i danni all'organismo possono portare alla comparsa di patologie gravi. Le politiche agricole da sole non bastano, e bisognerebbe pensare a iniziative per l'educazione alimentare, soprattutto nelle scuole". In questo quadro così complesso, i consumatori possono giocare un ruolo chiave e Federico Varazi (nella foto sopra), vicepresidente di Slow Food Italia, ha precisato che sono le aziende a "dover fornire ai consumatori tutti gli elementi per fare la scelta migliore; solo in questo modo questi ultimi potranno scegliere consapevolmente prodotti che facciano loro del bene, comprendendo il valore di una spesa che è non è solo alimentare, ma è un investimento in ambiente e salute". In altri Paesi europei questa consapevolezza è già forte, come dimostrano le aziende biodinamiche italiane, che mediamente fatturano per il 70% al di fuori del Belpaese.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

Fresh Plaza

EAV: € 531
Utenti unici: 65.000

Argomento: Consorzio

https://www.freshplaza.it/article/9557731/bene-la-campagna-istituzionale-io-parlo-bio-per-promuovere-i-consumi/

"Bene la campagna istituzionale 'Io Parlo Bio' per promuovere i consumi"

"Bene la campagna istituzionale 'Io Parlo Bio' per promuovere i consumi""Bene la campagna istituzionale 'Io Parlo Bio' per promuovere i consumi"

"Esprimiamo il nostro apprezzamento per la campagna di comunicazione dei prodotti biologici che accoglie in pieno le nostre istanze, più volte avanzate, in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate". Così il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani commenta la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Masaf e realizzata da ISMEA – Istituto di servizi sul mercato agricolo alimentare che è stata presentata ieri 7 settembre al Sana, Salone internazionale del biologico, alla presenza del Sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo.

"Abbiamo particolarmente apprezzato – ha dichiarato Torriani – che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente. Positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento".

Francesco Torriani (primo da sinistra) interviene alla presentazione della campagna istituzionale “IOPARLOBIO”

"Auspichiamo tuttavia – ha aggiunto Torriani - che la campagna #IOPARLOBIO sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità. Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all'iniziativa, è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni finanziarie, al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

fine di dare efficacia all'azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica".

"Il momento congiunturale che vive il settore è, come noto, alquanto delicato – ha concluso Torriani - per via del calo del potere di acquisto dei consumatori. Per far crescere i consumi di prodotti bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. La cooperazione è pronta a svolgere al riguardo un ruolo di primo piano, rappresentando l'intera filiera produttiva".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

Olbia Notizie

EAV: € 615
Utenti unici: 63.000

Argomento: Consorzio

https://www.olbianotizie.it/24ore/articolo/689179-la_salute_del_pianeta_passa_dalla_tua_spesa_parte_campagna_bio_masaf_ismea

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni."Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta"."Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

savonanews.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 615
Utenti unici: 63.000

https://www.savonanews.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

15/09/2023

pubblicitaitalia.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 616
Utenti unici: 63.000

https://www.pubblicitaitalia.com/it/food/parte-la-campagna-di-comunicazione-per-promuovere-il-consumo-di-alimenti-biologici

Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.
Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).
Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

foodaffairs.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 513
Utenti unici: 62.000

https://www.foodaffairs.it/2023/09/08/parte-ioparlobio-campagna-di-comunicazione-sullagricoltura-biologica-con-protagonista-elio-e-altri-influencer/

Parte #IOPARLOBIO, campagna di comunicazione sull'agricoltura biologica con protagonista Elio e altri influencer

#IOPARLOBIO è la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Ministero dell'Agricoltura, Sovranità Alimentare e Foreste e realizzata da Ismea. Con lo spot televisivo e radiofonico "Io parlo Bio", ideato e prodotto dall'agenzia Swan&Koi, ISMEA – istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare – ha presentato ufficialmente ieri, giornata di apertura del Sana 2023, a stakeholders e giornalisti la sua campagna per la valorizzazione del mondo del biologico certificato.

Si tratta di una campagna articolata che comprende, tra le varie azioni, una webserie sulle realtà agricole bio, anch'essa ideata e prodotta da Swan&Koi. Protagonista un testimonial d'eccezione, Elio, che con uno spot a breve on air, promuoverà in tv e in radio un settore che oggi più che mai sente l'esigenza di comunicarsi di più e in modo più esaustivo, ad un pubblico variegato ed in particolare alle giovani generazioni. La scelta di Elio, artista poliedrico da sempre sensibile ai temi delle best practice agricole e alimentari e ai valori che le sottendono, muove dall'obiettivo di rendere naturale, fresca ed immediata la percezione di tutta la qualità che il mondo del biologico certificato esprime.

Con uno storytelling che amplia e completa on line, con la webserie, lo stesso obiettivo e mood comunicativo, Elio, nei panni dell'empatico Zio Bio, sarà affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) alla scoperta di bellissime realtà agricole italiane del biologico. Presenti all'evento svoltosi al SANA il Commissario Livio Proietti e Fabio Del Bravo di Ismea, il Sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo, stampa, pubblico specialistico e le

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

maggiori Associazioni Italiane del settore, che con Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presidente di AssoBio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari, hanno confermato il loro apprezzamento e supporto alla campagna e ad Ismea.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

18/03/2022

marchenews24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 211
Utenti unici: 61.000

https://www.marchenews24.it/transizione-ecologica-e-digitale-sistema-agricolo-ancona-90763.html

‘Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale’, ad Ancona il convegno

‘Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale’, ad Ancona il convegnoDa Redazione - 18 Marzo 2022 57

Facebook Twitter WhatsApp Linkedin

Mercoledì 23 marzo, presso la sala delle conferenze della Federazione Marchigiana Bcc, l’incontro organizzato da CMB sulle opportunità del PNRR e del PSR Marche

ANCONA – Presentare in maniera semplice e diretta le opportunità offerte dal PNRR e dal PSR Marche per l’agricoltura marchigiana è la mission del convegno ‘Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale’ in programma ad Ancona mercoledì 23 marzo, dalle 10 alle 13, presso la sala delle conferenze della Federazione Marchigiana Bcc (in Via Sandro Totti, 11). L’evento è organizzato dal Consorzio Marche Biologiche in collaborazione con Confcooperative Marche, Iccrea Banca Spa, ConfidiCoop Marche, Food Brand Marche, Cluster Agrifood Marche e Ismea. “Crediamo che i bandi messi a disposizione del PNRR e dal PSR Marche siano un’importante opportunità per la transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale; – dichiara il Presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani – ciò che sta succedendo in questo periodo indubbiamente difficile, anche a causa della Guerra in Ucraina, non deve essere usato strumentalmente per ritardare la messa a terra degli obiettivi ambiziosi nel

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Green Deal Europeo, semmai dovrebbe essere l'occasione per accelerare, sburocratizzare le procedure e rendere queste opportunità realistiche per l'intero sistema agricolo nazionale e regionale." Dopo i saluti del Presidente CMB Torriani e del Presidente della Federazione Marchigiana BCC Sergio Cugini, nella prima sessione del meeting prenderà la parola il Presidente Ismea Angelo Frascarelli, seguito dal Direttore Generale Promozione della Qualità Agroalimentare del Mipaaf Oreste Gerini che presenterà i Contratti di filiera nazionali nell'ambito del PNRR e Lorenzo Bisogni, Dirigente Servizio Agricoltura della Regione Marche, che tratterà le filiere agroalimentari nell'ambito del PSR Marche. Per la seconda sessione interverranno Marco Mancinelli, Responsabile Crediti Agrari di Iccrea Banca, sui servizi bancari a supporto dell'agribusiness, il Presidente ConfidiCoop Marche Giovanni Bernardini per i servizi per agevolare l'accesso al credito delle imprese agricole ed infine Massimo Fileni, Presidente Agrifood Marche, sul tema dell'innovazione e ricerca a supporto del sistema agricolo regionale. Dopo la testimonianza delle principali realtà cooperative bio marchigiane, le conclusioni saranno portate dal Vice Presidente e Assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Mirco Carloni. "Fondamentale sarà la professionalità dei partenariati pubblico privati che si metteranno in atto per sostenere la progettazione e la realizzazione degli interventi con i relativi servizi di consulenza; – conclude il Presidente Torriani – altrettanto importanti senza ombra di dubbio saranno i ruoli del Governo e della Regione, ma altrettanto dirimente sarà il ruolo degli Istituti bancari, dei Confidi, delle Università e della Cooperazione. In particolare, come cooperazione impegnata nella filiera regionale biologica, ci stiamo già organizzando nell'attivazione di nuovi servizi di consulenza a supporto dei progetti di filiera destinati principalmente agli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale. Una sfida importante, che dobbiamo saper cogliere come sistema produttivo regionale." Sarà possibile partecipare online al convegno collegandosi al seguente link: https://confcooperativemarche.my.webex.com/meet/confcooperative.marche (Riunione n. 140-685-101; PIN: 8819). Per partecipare in presenza, per motivi organizzativi, è necessario prenotarsi allo 0721/720221 o via mail scrivendo a 'segreteria@conmarchebio.it'. In conformità alle disposizioni legate alla pandemia, è obbligatorio essere in possesso del green pass rafforzato e indossare sempre la mascherina.

Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 400 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.
Eventi 26 Ottobre 2022

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/10/2022

qdmnotizie.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 222
Utenti unici: 61.000

https://www.qdmnotizie.it/morro-dalba-dai-droni-alle-app-il-biologico-marchigiano-guarda-al-futuro/

Morro d’Alba / Dai droni alle App: il biologico marchigiano guarda al futuro - QdM Notizie

Morro d’Alba / Dai droni alle App: il biologico marchigiano guarda al futuro - QdM NotizieQdM Notizie

Morro d’Alba / Dai droni alle App: il biologico marchigiano guarda al futuro

Presentati i risultati del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello con Univpm e Apra – Var

Morro d’Alba, 30 ottobre 2022 – Dall’impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle App per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell’attività agricola.

Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l’ Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l’agricoltura biologica delle Marche ha avuto l’opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore.

I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati venerdì nel corso del convegno “Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche” che si è tenuto presso l’azienda Mario Lucchetti.

«Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello – è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano».

«In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di economia agraria alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide, è ancora un problema».

Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte dell'ambizioso obiettivo dell'Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo biologico.

Gianluca Regoli di Apra – Vargroup Company, ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio.

Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie a un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.

Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo.

«Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze»

Al convegno sono intervenuti, inoltre, Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm.

L'esperienza di Biocereals 4.0 confluirà in un nuovo progetto che prenderà avvio alla fine di quest'anno e che proseguirà sulla strada della transizione ecologica e digitale delle aziende biologiche marchigiane.

©riproduzione riservata

Precedente

Fabriano / "Il colore della voce", terza edizione dell'officina corale

Continua a leggere

Ti potrebbe interessare

Morro d'Alba / Avvistato un lupo vicino alle abitazioni -VIDEO

Morro d'Alba / Con Oriana Lancioni "per fiori e per segno"

Morro d'Alba / Master Class di improvvisazione jazz con David Uncini

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

news

Jesi / Sottopasso di via Marconi, incuria e incidenti

In Consiglio comunale l’interrogazione dei Repubblicani europei: «Con la chiusura del ponte San Carlo, avremo mesi di respiro per valutare…

Cronaca3 ore fa

Iniziata la verifica necessaria per valutarne la sicurezza, riduzione della carreggiata Jesi, 27 gennaio 2023 – Iniziare ieri e proseguiranno…

Attualità3 ore fa

Castelplanio / Via Roma: «Viabilità da mettere in sicurezza»

L’appello di una residente di Macine che riporta il pensiero di tutti: «Quel tratto di strada è pericoloso, si intervenga…

Opinioni3 ore fa

Jesi / Il Pd plaude alla scelta del Comandante Cristian Lupidi

Per il segretario Stefano Bornigia la figura giusta per poter dare alla Polizia Municipale una guida certa e soprattutto costante…

Marche news3 ore fa

Sanità / Nuove assunzioni, un medico a Jesi un altro a Sassoferrato

Potenziamento dell’organico della Ast Ancona che sta provvedendo al sopperimento delle carenze di personale della medicina convenzionata Ancona, 27 gennaio…

Attualità3 ore fa

Falconara / Nuova pensilina in zona Disco, partiti i lavori

La fermata è molto utilizzata dagli studenti, potrà accogliere anche le persone in carrozzina, l’assessore Barchiesi: «Investimenti per 200mila euro…

Attualità3 ore fa

Jesi / Servizio civile universale con la Caritas

Prevede l’affiancamento alle attività degli operatori nello sportello d’ascolto, mensa, emporio e front office, scadenza per l’iscrizione il 10 febbraio…

Eventi3 ore fa

Jesi / “Prima” a Palazzo Bisaccioni con Gabriella Cinti

Presentazione del libro di poesie questa sera (ore 18) alla Sala Convegni Jesi, 27 gennaio 2023 – La Fondazione Cassa…

Eventi3 ore fa

Jesi / Al teatro Il Piccolo l’humor Yiddish di “Oh Dio mio!”

La rappresentazione ha fatto guadagnare numerosi premi all’associazione teatrale Claet e torna sul palco domani 28 gennaio Jesi, 27 gennaio…

Sport3 ore fa

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Pallanuoto / Jesina attesa da una difficile trasferta a Bologna

Avversario ostico e costruito per il salto di categoria ma c’è anche la convinzione di poter far bene come lo...

Copyright © 2023 - Tutti i diritti riservati a: Diversamente Comunicazione S.r.l.s. via del Commercio, 1 Castelplanio (An) Italy - P.IVA 02930090424 - tel. +39 338 278 8447 - QdMnotizie.it Quotidiano delle Marche - Registrazione c/o Tribunale di Ancona n° 1/13 del 14/01/2013 con successiva modifica del 24/08/22 - Direttore Responsabile Giuseppe Nardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/10/2022

qdmnotizie.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 225
Utenti unici: 61.000

https://www.qdmnotizie.it/morro-dalba-biocereals-4-0-lagricoltura-bio-si-fa-piu-digital/

Morro d'Alba / Biocereals 4.0, l’agricoltura bio si fa più digital - QdM Notizie

Morro d'Alba / Biocereals 4.0, l’agricoltura bio si fa più digital - QdM NotizieQdM Notizie

Morro d’Alba / Biocereals 4.0, l’agricoltura bio si fa più digital

Convegno finale del progetto condotto dalla cooperativa Montebello insieme con Univpm e Apra – Var, muovi strumenti tecnologici per innovare la filiera marchigiana

Morro d’Alba, 26 ottobre 2022 – Offrire alle realtà agricole biologiche delle Marche un’opportunità concreta di innovazione grazie a strumenti digitali.

È il cuore del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa agrobiologica Montebello, soggetto capofila, e realizzato grazie all’apporto scientifico dell’Università Politecnica delle Marche e alla partnership tecnologica di Apra – Var.

I risultati del progetto verranno illustrati nel convegno conclusivo dal titolo “Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche”, in programma domani, giovedì 27 ottobre, alle ore 17 presso l’azienda vitivinicola Mario Lucchetti.

L’evento è organizzato nell’ambito del Psr Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del Pei in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura.

«Il progetto Biocereals 4.0 – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell’agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ad Univpm è stato affidato il compito di adattare lo strumento tecnologico alle esigenze della filiera agroalimentare.
«La ricerca scientifica condotta nell'ambito del progetto – afferma il professor Raffaele Zanoli – offre soluzioni innovative per sostenere la filiera dei seminativi biologici verso il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale stabiliti dalle strategie Farm to Fork e Biodiversity 2030. Vanno in questa direzione anche i corsi di laurea promossi dal Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali che mirano a formare laureati con una preparazione interdisciplinare, in grado di gestire la complessità delle filiere agroalimentari».
Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa "carica di innovazione", come spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle cooperative italiane agroalimentare.
«Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c'è il Decision support system (Dss), una tecnologia previsionale che permette di supportare l'imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro».
Apriranno i lavori Davide Neri, direttore del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari ed ambientali di Univpm, e Pierfrancesco Fattori della Montebello. Le relazioni tematiche saranno affidate a Raffaele Zanoli di Univpm (ricerca scientifica), Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company (la tecnologia al servizio della filiera cerealicola) e ad Adriano Mancini di Univpm (intelligenza artificiale).
Interverranno inoltre: Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni, Nunzio Isidoro, direttore dell'azienda agraria sperimentale "Pasquale Rosati" – Univpm e Francesco Torriani di Alleanza delle cooperative italiane agroalimentare.
Le conclusioni saranno affidate a Ugo Testa, responsabile del Progetto onnovation broker pubblico – InnovaMarche, alla moderazione Francesco Solfanelli di Univpm.
Al termine è in programma un aperitivo degustazione con i vini della Cantina Lucchetti.
Per info e adesioni: tel. 0721.72 02 21; email
In un'ottica di prevenzione da potenziale rischio di contagio da covid19, si consiglia di indossare la mascherina protettiva e di mantenere la distanza di sicurezza.
La cooperativa Montebello
Con sede a Isola del Piano (Pu), fa parte dell'ecosistema Girolomoni, storica realtà del biologico con attività principale nella produzione della pasta biologica.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

La cooperativa Montebello nasce nel 2009 con l’obiettivo di favorire l’aggregazione delle produzioni biologiche per rendere economicamente sostenibile la loro trasformazione e quindi la commercializzazione.
Oggi affianca gli agricoltori nei processi produttivi e si occupa di promuovere e facilitare la conversione all’agricoltura biologica.
Associa 290 produttori e ha altre 100 aziende agricole in filiera, con una Sau (superficie agricola utilizzata) di 8.000 ettari di superficie utilizzati e un potenziale complessivo di tutte le aziende afferenti di 30.000 ettari. Gli agricoltori associati producono cereali, olio di semi, foraggio e sementi.
Oltre alla cooperativa Montebello, l’ecosistema Girolomoni comprende: la cooperativa agricola Gino Girolomoni impegnata nella produzione e commercializzazione di prodotti da agricoltura biologica, la Fondazione Girolomoni per la cultura, l’agriturismo per l’accoglienza e il Consorzio Marche Biologiche per promuovere l’approccio di filiera e la necessità di fare rete. www.girolomoni.it
©riproduzione riservata
Precedente
Continua a leggere
Ti potrebbe interessare
Morro d’Alba / Dai droni alle App: il biologico marchigiano guarda al futuro
Fabriano / Imprenditorialità nelle Marche: segnali positivi da sostenere
Morro d’Alba / Questa sera tappa del Cantagiro 2022
news
Jesi / Sottopasso di via Marconi, incuria e incidenti
In Consiglio comunale l’interrogazione dei Repubblicani europei: «Con la chiusura del ponte San Carlo, avremo mesi di respiro per valutare…
Cronaca3 ore fa
Iniziata la verifica necessaria per valutarne la sicurezza, riduzione della carreggiata Jesi, 27 gennaio 2023 – Iniziare ieri e proseguiranno…
Attualità3 ore fa
Castelplanio / Via Roma: «Viabilità da mettere in sicurezza»
L’appello di una residente di Macine che riporta il pensiero di tutti: «Quel tratto di strada è pericoloso, si intervenga…
Opinioni3 ore fa
Jesi / Il Pd plaude alla scelta del Comandante Cristian Lupidi
Per il segretario Stefano Bornigia la figura giusta per poter dare alla Polizia Municipale una guida certa e soprattutto costante…
Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Marche news3 ore fa

Sanità / Nuove assunzioni, un medico a Jesi un altro a Sassoferrato

Potenziamento dell’organico della Ast Ancona che sta provvedendo al sopperimento delle carenze di personale della medicina convenzionata Ancona, 27 gennaio…

Attualità3 ore fa

Falconara / Nuova pensilina in zona Disco, partiti i lavori

La fermata è molto utilizzata dagli studenti, potrà accogliere anche le persone in carrozzina, l’assessore Barchiesi: «Investimenti per 200mila euro…

Attualità3 ore fa

Jesi / Servizio civile universale con la Caritas

Prevede l’affiancamento alle attività degli operatori nello sportello d’ascolto, mensa, emporio e front office, scadenza per l’iscrizione il 10 febbraio…

Eventi3 ore fa

Jesi / “Prima” a Palazzo Bisaccioni con Gabriella Cinti

Presentazione del libro di poesie questa sera (ore 18) alla Sala Convegni Jesi, 27 gennaio 2023 – La Fondazione Cassa…

Eventi3 ore fa

Jesi / Al teatro Il Piccolo l’humor Yiddish di “Oh Dio mio!”

La rappresentazione ha fatto guadagnare numerosi premi all’associazione teatrale Claet e torna sul palco domani 28 gennaio Jesi, 27 gennaio…

Sport3 ore fa

Pallanuoto / Jesina attesa da una difficile trasferta a Bologna

Avversario ostico e costruito per il salto di categoria ma c’è anche la convinzione di poter far bene come lo…

Copyright © 2023 - Tutti i diritti riservati a: Diversamente Comunicazione S.r.l.s. via del Commercio, 1 Castelplanio (An) Italy - P.IVA 02930090424 - tel. +39 338 278 8447 - QdMnotizie.it Quotidiano delle Marche - Registrazione c/o Tribunale di Ancona n° 1/13 del 14/01/2013 con successiva modifica del 24/08/22 - Direttore Responsabile Giuseppe Nardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/05/2022

marchenews24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 214
Utenti unici: 61.000

https://www.marchenews24.it/fano-domani-delegazione-imprenditori-tunisini-93238.html

A Fano domani arriva una delegazione di imprenditori tunisini

A Fano domani arriva una delegazione di imprenditori tunisiniDa Redazione - 8 Maggio 2022 115

Facebook Twitter WhatsApp Linkedin

Il progetto “Startup Tunisie”, con Fano ente capofila , si conclude con visite in aziende (9 – 13 maggio) e un Convegno (12 maggio – ore 14.30) alla MeMo Mediateca Montanari

FANO – I rapporti di cooperazione del Comune di Fano con la Tunisia sono al centro di un progetto “Startup Tunisie”, co-finanziato dall’Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo (Bando AICS – Iniziativa Partenariati territoriali) e finalizzato a promuovere opportunità lavorative nella regione nord-ovest della Tunisia, attraverso la creazione di startup del sistema agroalimentare, con l’obiettivo di costruire relazioni di conoscenze tra imprese agricole biologiche marchigiane e imprese tunisine. Il partenariato italo-tunisino con Fano ente capofila è composto da Lega delle Autonomie Locali – Legautonomie, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica, CEFA onlus, Consorzio Marche Biologiche, Fondazione Agraria Cante di Montevecchio e altri partner tunisini. Il progetto, avviato nel 2018, terminerà con la visita della delegazione di imprenditori agricoli tunisini, in arrivo il 9 maggio a Fano, e la presentazione dei risultati del progetto, illustrati nel convegno, in programma giovedì 12 maggio (ore 14.30) alla MeMo – Mediateca Montanari, sull’esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale.

“Il progetto – afferma il sindaco Massimo Seri – si traduce in un aiuto sostanziale allo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sviluppo di paesi con un forte ritardo, al fine di stimolare una crescita effettiva e un cambiamento concreto in zone del mondo più in difficoltà. E' stata un'esperienza importante che, oltre a valorizzare il ruolo centrale dei partner coinvolti, ribadisce il ruolo dei comuni e l'importanza della cooperazione territoriale, dando vita a nuovi legami e proficui rapporti economici e commerciali per garantire uno sviluppo reale e sostenibile nel tempo".

La Tunisia, attraversata da una profonda crisi economica e sociale, ha da sempre rappresentato un Paese prioritario per l'Italia, sia per la prossimità geografica e culturale sia per gli scambi umani ed economici intercorsi nella storia. La regione interessata al progetto è caratterizzata da una forte sperequazione tra aree costiere e aree interne rurali. Sostenere Paesi in ritardo di sviluppo, contribuire alla riduzione della povertà e delle disuguaglianze, riconoscendo ai comuni un ruolo centrale nell'attivazione di questi processi è uno degli obiettivi più ambiziosi del progetto. In questo territorio l'agricoltura può rivestire un ruolo cardine come motore dello sviluppo economico e occupazionale, eliminando il divario con le altre regioni tunisine. Il contributo scientifico dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo è stato fondamentale. In particolare, Il Dipartimento di Economia, Società, Politica ha fornito il proprio contributo sul piano metodologico, soprattutto nelle fasi di selezione delle imprese e delle startup da finanziare e in quella della definizione degli indicatori di monitoraggio, oltre che nella scelta dei consulenti e nella costruzione di pacchetti formativi online, che si sono resi necessari a causa della pandemia da COVID-19. La collaborazione con gli altri partner e con lo staff di CEFA-Tunisia, in particolare, si è tradotta anche nell'organizzazione di eventi seminariali e convegnistici in Tunisia e in Italia. Enorme il lavoro svolto dal Consorzio Marche Biologiche per accompagnare le giovani imprese nell'adozione di modelli produttivi più sostenibili, ovvero fornendo conoscenze necessarie per la conversione al biologico.

IL PROGRAMMA DI VISITA

La delegazione tunisina, composta da sei imprenditori agricoli e due rappresentanti istituzionali, accompagnati da un delegato del Comune di Fano, dalla docente Elena Viganò dell'Università di Urbino e da Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche, sarà accolta il 9 maggio (ore 18.00) nella sede della Fondazione Agraria Cante di Montevecchio, dove sarà presentato il programma della settimana di visita e sarà proposta loro una degustazione a cura dell'Emporio dell'Altra Economia, Cooperativa Contatto. Il programma della visita prevede: martedì 10 maggio, visita all'azienda agricola Herbio (Carignano), specializzata nella coltivazione e nella trasformazione di piante officinali biologiche; all'azienda agraria

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Di Sante (Carignano), che si occupa della produzione di vino e olio biologico e all’azienda agricola AgiBio Marinelli (Bellocchi), specializzata nella coltivazione di ortofrutta e produzione di marmellata e confetture. Mercoledì 11 maggio, la delegazione tunisina farà tappa a Montemaggiore (Colli al Metauro) al Caseificio Valmetauro, quindi si sposterà a Isola del Piano per la visita all’azienda di apicoltura Il Podere di Alunni A&S, specializzata nella produzione di miele biologico e alla Gino Girolomoni Cooperativa (centro di stoccaggio, mulino e pastificio) e al Monastero di Montebello (granoturismo e museo della civiltà contadina).
IL CONVEGNO FINALE

Ultime notizie MarcheNews24
Eventi 3 Dicembre 2022
Cronaca 3 Dicembre 2022

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

vigevano24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 602
Utenti unici: 60.000

https://www.vigevano24.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

EAV: € 170
Utenti unici: 60.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://www.alimentando.info/bio-in-cifre-2-alleanza-coop-agroalimentari-per-aumentare-i-c#...

Alimentando

'Bio in cifre' (2) – Alleanza Coop. Agroalimentari: "Necessari i programmi promozionali"

07/05/2023 17:38 Margherita Luisetto

L'Aquila – I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 (leggi qui) rendono "impellente la necessità di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni bio sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda ". Il monito arriva dal Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari, Francesco Torriani, nel corso del convegno 'Appuntamento con il Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila in occasione della presentazione del rapporto 'Bio in cifre'. "Il duplice obiettivo può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi ". Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo Torriani "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche ". Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi è auspicabile secondo il coordinatore, "che sia le istituzioni pubbliche che il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Nella foto: Francesco Torriani (il primo da destra) intervenuto al convegno Ismea.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

EAV: € 170
Utenti unici: 60.000

Argomento: Consorzio

'Bio in cifre' (2) - Alleanza Coop. Agroalimentari: "Necessari i programmi promozionali"

L'Aquila - I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022 (leggi qui) rendono "impellente la necessità di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni bio sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda ". Il monito arriva dal Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari, Francesco Torriani, nel corso del convegno 'Appuntamento con il Bio' organizzato da Ismea a L'Aquila in occasione della presentazione del rapporto 'Bio in cifre'. "Il duplice obiettivo può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi ". Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo Torriani "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Masaf di destinare il 25% delle risorse del V Bando alle filiere biologiche ". Per quanto riguarda l'obiettivo di far crescere i consumi è auspicabile secondo il coordinatore, "che sia le istituzioni pubbliche che il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto rivolti ai consumatori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune". Nella foto: Francesco Torriani (il primo da destra) intervenuto al convegno Ismea.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

25/03/2023

italianfoodtoday.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 188
Utenti unici: 58.000

https://www.italianfoodtoday.it/2023/03/25/l-bio-marchigiano-ancora-piu-smart-presentato-il-progetto-si-riparte/

Il bio marchigiano ancora più smart: presentato il progetto SI-RIPARTE

È stato presentato a Montefelcino (PU) il progetto "SI–RIPARTE", che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all'impiego di tecnologie digitali. Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l'Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L'iniziativa rientra nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura.

"Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche –

investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni". Nell'ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l'obiettivo di estendere l'applicazione ad un bacino più ampio.

Questi interventi hanno l'ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale "garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica".

Il convegno è stato anche un'occasione importante per parlare di programmazione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

politica. In collegamento, l’assessore all’Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l’accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge “Gioventù agricola” che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio.

All’evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche.

Il progetto “SI–RIPARTE” (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l’integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Ismea, Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo

07/05/2023 16:23

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

AgricolaEU

EAV: € 203
Utenti unici: 56.000

Argomento: Consorzio

Ismea, Bio italiano si avvicina al target del 25% delle superfici, ma i consumi non tengono il passo

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

dell'Emiciclo, durante il convegno "Appuntamento con il bio", che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni. Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente - Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti - Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo - Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del "Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo" per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri - Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus. "L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti - ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano". "L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa - ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila - ha concluso il sottosegretario Masaf - ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://www.oltrefano.it/attualita/fano/startup-tunisiecomune-di-fano-capofila-di-un-progetto-di-cooperazione-territoriale.html

Startup Tunisie,Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale - Oltrefano.it

Startup Tunisie,Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale - Oltrefano.itTI PIACE OLTREFANO.IT? Grazie per il tuo interesse e il tuo sostegno a questo servizio

Il sito d'informazione OltreFano.it si autofinanzia con le inserzioni pubblicitarie di privati e con donazioni volontarie. In redazione lavorano professionisti regolarmente assunti in base alle normative vigenti che eseguono giornalmente e con passione la propria mansione, offrendo gratuitamente informazione apprezzata da migliaia di utenti. Ecco perchè un tuo aiuto contribuirà a mantenere attivo questo servizio. Se ti piace questo sito e se apprezzi il nostro lavoro dimostracelo con un semplice gesto. Grazie.

TI PIACE OLTREFANO? Grazie per il tuo interesse e il tuo sostegno a questo servizio

Il sito d'informazione OltreFano.it si autofinanzia con le inserzioni pubblicitarie di privati e con donazioni volontarie. In redazione lavorano professionisti regolarmente assunti in base alle normative vigenti che eseguono giornalmente e con passione la propria mansione, offrendo gratuitamente informazione apprezzata da migliaia di utenti. Ecco perchè un tuo aiuto contribuirà a mantenere attivo questo servizio. Se ti piace questo sito e se apprezzi il nostro lavoro dimostracelo con un semplice gesto. Grazie.

Startup Tunisie,Comune di Fano capofila di un progetto di cooperazione territoriale

I rapporti di cooperazione del Comune di Fano con la Tunisia sono al centro di un progetto “Startup Tunisie”, co-finanziato dall’Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo (Bando AICS – Iniziativa Partenariati territoriali) e finalizzato a promuovere opportunità lavorative nella regione nord-ovest della Tunisia, attraverso la creazione di startup del sistema agroalimentare, con l’obiettivo di costruire relazioni di conoscenze tra imprese agricole biologiche marchigiane e imprese tunisine. Il partenariato italo-tunisino con Fano ente capofila è composto da Lega delle Autonomie Locali – Legautonomie, Università degli Studi di Urbino Carlo Bo – Dipartimento di Economia, Società, Politica, CEFA onlus, Consorzio Marche

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Biologiche, Fondazione Agraria Cante di Montevecchio e altri partner tunisini. Il progetto, avviato nel 2018, terminerà con la visita della delegazione di imprenditori agricoli tunisini, in arrivo il 9 maggio a Fano, e la presentazione dei risultati del progetto, illustrati nel convegno, in programma giovedì 12 maggio (ore 14.30) alla MeMo – Mediateca Montanari, sull'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale.

"Il progetto – afferma il sindaco Massimo Seri – si traduce in un aiuto sostanziale allo sviluppo di paesi con un forte ritardo, al fine di stimolare una crescita effettiva e un cambiamento concreto in zone del mondo più in difficoltà. E' stata un'esperienza importante che, oltre a valorizzare il ruolo centrale dei partner coinvolti, ribadisce il ruolo dei comuni e l'importanza della cooperazione territoriale, dando vita a nuovi legami e proficui rapporti economici e commerciali per garantire uno sviluppo reale e sostenibile nel tempo".

La Tunisia, attraversata da una profonda crisi economica e sociale, ha da sempre rappresentato un Paese prioritario per l'Italia, sia per la prossimità geografica e culturale sia per gli scambi umani ed economici intercorsi nella storia. La regione interessata al progetto è caratterizzata da una forte sperequazione tra aree costiere e aree interne rurali. Sostenere Paesi in ritardo di sviluppo, contribuire alla riduzione della povertà e delle disuguaglianze, riconoscendo ai comuni un ruolo centrale nell'attivazione di questi processi è uno degli obiettivi più ambiziosi del progetto. In questo territorio l'agricoltura può rivestire un ruolo cardine come motore dello sviluppo economico e occupazionale, eliminando il divario con le altre regioni tunisine. Il contributo scientifico dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo è stato fondamentale. In particolare, Il Dipartimento di Economia, Società, Politica ha fornito il proprio contributo sul piano metodologico, soprattutto nelle fasi di selezione delle imprese e delle startup da finanziare e in quella della definizione degli indicatori di monitoraggio, oltre che nella scelta dei consulenti e nella costruzione di pacchetti formativi online, che si sono resi necessari a causa della pandemia da COVID-19. La collaborazione con gli altri partner e con lo staff di CEFA-Tunisia, in particolare, si è tradotta anche nell'organizzazione di eventi seminariali e convegnistici in Tunisia e in Italia. Enorme il lavoro svolto dal Consorzio Marche Biologiche per accompagnare le giovani imprese nell'adozione di modelli produttivi più sostenibili, ovvero fornendo conoscenze necessarie per la conversione al biologico.

IL PROGRAMMA DI VISITA

La delegazione tunisina, composta da sei imprenditori agricoli e due rappresentanti istituzionali, accompagnati da un delegato del Comune di Fano, dalla docente Elena

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Viganò dell'Università di Urbino e da Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche, sarà accolta il 9 maggio (ore 18.00) nella sede della Fondazione Agraria Cante di Montevecchio, dove sarà presentato il programma della settimana di visita e sarà proposta loro una degustazione a cura dell'Emporio dell'Altra Economia, Cooperativa Contatto.

Il programma della visita prevede: martedì 10 maggio, visita all'azienda agricola Herbio (Carignano), specializzata nella coltivazione e nella trasformazione di piante officinali biologiche; all'azienda agraria Di Sante (Carignano), che si occupa della produzione di vino e olio biologico e all'azienda agricola AgiBio Marinelli (Bellocchi), specializzata nella coltivazione di ortofrutta e produzione di marmellata e confetture. Mercoledì 11 maggio, la delegazione tunisina farà tappa a Montemaggiore (Colli al Metauro) al Caseificio Valmetauro, quindi si sposterà a Isola del Piano per la visita all'azienda di apicoltura Il Podere di Alunni A&S, specializzata nella produzione di miele biologico e alla Gino Girolomoni Cooperativa (centro di stoccaggio, mulino e pastificio) e al Monastero di Montebello (granoturismo e museo della civiltà contadina).

IL CONVEGNO FINALE

Giovedì 12 maggio alle ore 14.30 si terrà il convegno "L'esperienza di Fano e il ruolo dei comuni nella cooperazione territoriale". Alla MeMo-Mediateca Montanari, dopo l'introduzione del sindaco Massimo Seri interverranno Matteo Ricci, sindaco di Pesaro e presidente Ali; Antonio Ragonesi, Anci; Marina Sereni sottosegretaria Ministero Affari Esteri; Alessandro Tassi Carboni, presidente del Consiglio del Comune di Parma; Giorgio Calcagnini, Rettore Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; Fabio Musso, Prorettore dell'Università degli Studi di Urbino Carlo Bo; Nicola Manca, Consulente Lega delle Autonomie per la Cooperazione. A seguire, dopo l'introduzione del chairman Ivan Antognozzi, si proseguirà con la presentazione e l'approfondimento del progetto Start Up Tunisie e il valore dell'impresa per il territorio ai quali parteciperanno le organizzazioni partner del progetto (Cefa, Uniurb, ConMarcheBio, Ali, Cefa Italia, Fondazione Cante di Montevecchio) gli imprenditori tunisini e i rappresentanti delle associazioni di categoria, delle imprese sociali e del Terzo settore del territorio, quali: L'Africa Chiama, Coop. Labirinto, Cooperativa Contatto, Lega Coop Marche, Confcooperative Marche, Cia Pesaro e Urbino, Coldiretti Pesaro e Urbino. Il convegno si chiuderà con le conclusioni a cura di Andrea Senatori – Direttore Sede Regionale di Tunisi di AICS – Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo, che ha co-finanziato il progetto.

Sei un nostro fedele lettore? Sostienici con una donazione!

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Condividi:
CONDIVIDI: Contenuto Non visibile Consenti i cookie cliccando su "Accetta" nel banner" Copyright © 2022 - Aurora Sammartano
Articoli recenti
Nome
E-mail
Sito Web
Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.
Codice CAPTCHA *
CERCA SU OLTREFANO.IT
Seguici sui social
Tag
Articoli più letti
Nota di Copyright ©
Anche laddove non se ne fa esplicito riferimento Testi, Foto, Videoclip e Marchi citati e/o mostrati appartengono ai legittimi proprietari.
Autorizzazione
Registrazione n. 583 del 08/11/2010 presso il Tribunale di Pesaro Iscrizione al Roc n. 23699 del 17/07/2013 Direttore responsabile: Marco Spadola Editore: Nicola Zarri Copyright © Oltrefano.it - Privacy - Cookie × Authorization Login Password
Register * All fields required
Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Cliccando su "ACCETTO" acconsenti all'utilizzo dei cookie. Maggiori Informazioni Accetto
Questo sito utilizza i cookie per fornire la migliore esperienza di navigazione possibile. Continuando a utilizzare questo sito senza modificare le impostazioni dei cookie o cliccando su "Accetta" permetti il loro utilizzo.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

15/06/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 177
Utenti unici: 55.000

https://www.adriaeco.eu/2023/06/15/agricoltura-biologica-visite-ai-campi-per-studiare-le-nuove-varieta-di-grano/

Agricoltura biologica, visite ai campi per studiare le nuove varietà di grano

Venerdì iniziativa tra Fano e Monte Porzio promossa dalle cooperative Girolomoni e Montebello con la Fondazione Seminare il Futuro La cooperativa agricola Gino Girolomoni e Montebello cooperativa agrobiologica, in collaborazione con la Fondazione Seminare il Futuro, organizzano per venerdì 16 giugno una visita ai "campi prova" dove si studiano nuove varietà di grano duro biologico. L'appuntamento è alle ore 16 al Consorzio agrario di Fano per un'introduzione dedicata ai processi di selezione; a seguire i partecipanti si trasferiranno presso l'azienda agricola Solfanelli Giuliano (via Montegrappa, Monte Porzio PU) per la visita al campo di prova. "La selezione di nuove varietà per il biologico e in biologico – spiega Francesco Torriani, agronomo responsabile della Montebello – è una sfida importante per l'innovazione di tutto il comparto dei seminativi. Per la nostra filiera, così come per l'evoluzione dell'agricoltura biologica italiana, coerentemente alla strategia europea Farm to Fork, è fondamentale investire nella ricerca sementiera, rispettando i tempi della natura e tenendo conto di tutto il processo, che coinvolge dagli agricoltori ai consumatori, nel quadro di una visione agro-ecologica". Nel campo prova sarà possibile vedere dieci varietà di grano duro a confronto, tra cui "Inizio" e "Prossimo", due nuove varietà particolarmente adatte per essere coltivate in biologico. "L'iniziativa – aggiunge Torriani – si inserisce all'interno di un programma di lavoro molto intenso volto ad arricchire la filiera del grano duro biologico di nuovi "attributi", coniugando gli aspetti della produttività con quelli della sostenibilità, fattori sempre più importanti per la distintività dell'ecosistema Girolomoni". Parteciperà all'incontro Federica Bigongiali, direttrice della Fondazione Seminare il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Futuro, per esporre i risultati di oltre cinque anni di ricerca sul campo, una ricerca guidata da un principio basilare: affrontare le nuove sfide di produttività, i cambiamenti climatici e l'implementazione dell'agricoltura biologica, partendo da varietà antiche e più recenti per arrivare a nuove sementi, attraverso tecniche d'incrocio tradizionali. L'iniziativa è diretta a tecnici e agricoltori biologici; per motivi organizzativi è necessario prenotare telefonando allo 0721/720221 o scrivendo a segreteria@montebellobio.it. Dopo la visita, alle 19.30, è in programma alla locanda Girolomoni (Isola del Piano) un aperitivo cena per tutti i partecipanti. Posizione azienda agricola Solfanelli Giuliano di Monte Porzio dove è localizzato il campo prova: https://goo.gl/maps/shYnb5Dheej3qBr8A – Coordinate 43°43'08.2″N 13°03'29.4″E.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2022

ilmetauro.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 201
Utenti unici: 55.000

https://www.ilmetauro.it/consorzio-marche-bio-per-le-piccole-imprese-il-pnrr-non-bastera/

Consorzio Marche Bio, per le piccole imprese il PNRR non basterà - Il Metauro

Consorzio Marche Bio, per le piccole imprese il PNRR non basterà - Il MetauroGli elementi bloccati verranno visualizzati dopo il consenso all'uso dei cookies. ACCETTO Gli elementi bloccati verranno visualizzati dopo il consenso all'uso dei cookies. ACCETTO REGIONE MARCHE Attualità

Consorzio Marche Bio, per le piccole imprese il PNRR non basterà

In occasione della giornata europea dell'agricoltura biologica che si celebra il 23 settembre, il presidente Torriani: "E' necessario rafforzare l'apprccio di filiera"

Francesco Torriani

ANCONA – Il 23 settembre si celebra la Giornata europea dell’agricoltura biologica, istituita dall’Unione europea nel quadro di una strategia che punta a favorire la crescita del settore.

In occasione di questa ricorrenza il Consorzio Marche Biologiche, realtà che riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana, punta l’attenzione sulle esigenze di un comparto vitale.

Un comparto che ha delle implicazioni non solo agronomiche, ma anche economiche, sociali e culturali, tali da renderlo non solo un “metodo produttivo”, ma sempre più un modello e uno strumento per lo sviluppo rurale delle nostre regioni.

Le Marche sono la culla del biologico italiano, grazie ad agricoltori che già negli anni ’70 hanno avviato le prime importanti esperienze.

La Superficie Agricola Utilizzata (Sau) dedicata al biologico nelle Marche ha superato i 100.000 ettari, quasi il 25% della Sau regionale. Le aziende bio marchigiane si differenziano per l’elevata qualità delle produzioni e ricevono importanti riconoscimenti, tra i più recenti quello della cooperativa Girolomoni risultata finalista

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

degli EU Organic Awards promossi dalla Commissione europea. Inoltre, il nuovo Distretto biologico Marche istituito dalla Regione rappresenta un ulteriore importante strumento per rafforzare il settore.
“Per mettere a frutto queste eccellenze – afferma il presidente del Consorzio Marche Biologiche, Francesco Torriani – occorre attrezzare le imprese per affrontare uno scenario sempre più complesso.
Il Consorzio sta agendo proprio in questo senso; in particolare sta supportando le cooperative con le relative aziende agricole socie nella presentazione di un importante progetto di filiera, sia ai sensi del PNRR che PSR Marche, e negli investimenti in campo energetico e per l’innovazione, che va dalla selezione di nuove varietà alla digitalizzazione fino ai servizi di consulenza.
Infatti, a fattori prevedibili come il calo dei consumi alimentari nel post-pandemia e l’aumento dei competitor sul terreno della sostenibilità – sottolinea Torriani – si è aggiunta la crisi geopolitica, con l’impennata dei prezzi dell’energia e delle materie prime.
Gli elementi bloccati verranno visualizzati dopo il consenso all'uso dei cookies. ACCETTO
In questo contesto bisogna rafforzare l’approccio di filiera: filiere forti e strutturate, con capacità di progettazione e innovazione, affrontano meglio le distorsioni del mercato.
A fare le spese di questa crisi saranno soprattutto le piccole aziende, quelle non inserite in un sistema aggregato; non basteranno più i contributi della Pac né quelli del PNRR: servono organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera.
Riguardo l’emergenza energetica, uno strumento particolarmente importante è rappresentato dalle comunità energetiche, che forniscono un modello innovativo per la produzione, distribuzione e consumo di energia proveniente da fonti rinnovabili: l’auspicio è che il nuovo governo acceleri sui decreti attuativi per realizzarle”.
Altri punti nodali riguardano il sostegno alla domanda e l’aumento della produttività: “Crescono gli ettari convertiti al biologico e di conseguenza l’offerta di prodotti: nel proliferare di marchi green e richiami alla sostenibilità, essere semplicemente bio non basta più: servono campagne promozionali d’impatto capaci di comunicare con efficacia la qualità delle produzioni bio.”
“Infine, non certo per importanza – conclude Torriani, che è anche presidente di Confcooperative FedagriPesca Marche -, la questione climatica, di drammatica attualità nella nostra regione: alluvioni in autunno e siccità in estate.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

L’alluvione che nella scorsa settimana ha messo in ginocchio una parte significativa della nostra regione ci ricorda per l’ennesima volta che il pianeta Terra sta male e che le conseguenze dei cambiamenti climatici rischiano di avere un effetto devastante sulle nostre comunità locali.

E’ evidente che in termini politici generali vanno perseguite con determinazione le politiche coerenti con gli obiettivi del Green Deal europeo, senza ripensamenti e dilazionamenti. In termini concreti e amministrativi, occorre senza indugio mettere mano al governo del territorio con delle procedure che semplifichino e accelerino i lavori di manutenzione degli invasi, mettendo in sicurezza con gli investimenti necessari e appropriati le aree più a rischio del nostro territorio regionale”.

IL CONSORZIO MARCHE BIOLOGICHE

Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell’obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l’energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 400 imprese agricole dislocate sull’intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all’anno.

Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all’estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

covid-19

7 Febbraio 2023

7 Febbraio 2023

Il Metauro su Instagram

Benvenuto, accedi al tuo profilo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/06/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 181
Utenti unici: 55.000

https://www.adriaeco.eu/2023/06/30/cosa-ce-dietro-una-buona-pasta-se-ne-parla-con-il-consorzio-marche-biologiche/

Cosa c'è dietro una buona pasta, se ne parla con il Consorzio Marche Biologiche

Sabato 1 luglio alle 16.30 al Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU) un incontro dedicato ad aspetti produttivi e qualità nutrizionali, anche per sfatare qualche falso mito Cos'è che rende la pasta un prodotto buono e sano? Per raccontare aspetti produttivi e nutrizionali, e sfatare anche qualche falsa credenza, il Consorzio Marche Biologiche organizza per sabato 1 luglio alle 16.30, al Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU) un incontro dal titolo "Grani e paste: origine, processi e proprietà. Tra falsi miti e reali benefici, per una spesa consapevole". Introdurranno l'incontro Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche, e Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello Cooperativa Agrobiologica. Daniela Bellini, responsabile qualità della Cooperativa Girolomoni, racconterà l'esperienza di un ecosistema dove da oltre 50 anni si intrecciano i saperi di agricoltori, pastai e mugnai, mentre l'Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere si concentrerà sulle necessità metaboliche e nutritive dell'organismo e sul ruolo degli alimenti che contengono carboidrati, sulle modalità con cui i processi produttivi influenzano il prodotto finito, e sui grani antichi. "Con questa iniziativa – sottolinea il presidente di ConMarcheBio, Francesco Torriani – vogliamo contribuire a rendere il consumatore più consapevole, informandolo su quei processi che hanno un impatto sulla qualità, sul gusto e sulle proprietà nutritive di un prodotto. Le Marche hanno un grande patrimonio nel settore biologico basato sui concetti di alimentazione sana e sviluppo sostenibile; come Consorzio siamo al fianco degli agricoltori per sostenerli non solo nei processi di innovazione e nel lavoro in filiera, ma anche nel far percepire questi valori nelle scelte di acquisto". All'incontro seguirà un aperitivo al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

tramonto, a far da cornice il panorama mozzafiato che si gode dal Monastero. È gradita la prenotazione ai seguenti contatti: eventi@conmarchebio.it; 0721 720334 (segreteria ConMarcheBio). Link per seguire l'evento online: https://bit.ly/con-marche-bio-diretta-workshop Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 400 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero,sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/05/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 185
Utenti unici: 55.000

https://www.adriaeco.eu/2023/05/09/giro-ditalia-sabato-la-bio-tappa-a-fossombrone/

Giro d’Italia, sabato la Bio Tappa a Fossombrone

In occasione della Bio Tappa il Consorzio Marche Bio si fa volano per far conoscere la filiera del biologico marchigiano La 106esima edizione del Giro d’Italia arriva nelle Marche e fa tappa a Fossombrone, in Provincia di Pesaro e Urbino, culla del biologico. L’ottava giornata della manifestazione ciclistica più attesa dell’anno rende omaggio al territorio biologico, motivo per cui è stata denominata Bio Tappa. Per l’occasione il Consorzio Marche Biologiche organizza una giornata per far conoscere la filiera biologica marchigiana, i suoi prodotti e i suoi valori. Dopo l‘arrivo lo scorso anno a Jesi e ad Ascoli Piceno nel 2021, l’edizione 2023 approderà sabato 13 maggio attorno alle 15:45 a Fossombrone. Con i 60 km finali della tappa marchigiana gli atleti dovranno prima scalare le ascese dei Cappuccini, poi il Monte delle Cesane ed infine, dopo lo strappo di Montefelcino, affrontare la cima dei Cappuccini. Sin dalla mattina Porte Aperte, in uno dei luoghi simbolo della filiera biologica regionale, la Gino Girolomoni cooperativa, con possibilità di visitare Pastificio, Molino e Monastero di Montebello, che insistono a pochi metri dal tracciato della famosa corsa ciclistica. Attraverso la visita guidata all’interno di uno degli ecosistemi più importanti del biologico italiano, con ritrovo alle ore 10:30 presso la sede della cooperativa (Via Strada delle Valli, 21 – Isola del Piano PU), sarà possibile fare un passo indietro nel tempo, ripercorrendo le tappe salienti della storia del più importante pioniere dell’agricoltura biologica della nostra regione, Gino Girolomoni, della sua famiglia, della sua cooperativa, che è diventata poi anche la storia del biologico in Italia. Oltre 50 anni fa il fondatore dell’attuale cooperativa, oggi portata avanti da figli, soci e collaboratori aveva dato via a quel modo di fare bio che faceva riferimento ai valori della civiltà contadina e ai principi dell’agroecologia, ancora validi per uno sviluppo sostenibile delle nostre campagne. La giornata di sabato

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

permetterà ai curiosi di conoscere il processo di trasformazione del cereale biologico (grano duro, farro o grano turanico) in semola e pasta biologica di qualità. Dal pastificio si potrà successivamente visitare il Monastero di Montebello, luogo spirituale e culturale, la cui piantina topografica costituisce non a caso il logo della cooperativa Girolomoni. Proprio da qui, infatti, negli anni ’70 iniziò il processo di rivitalizzazione della collina marchigiana ad opera del suo fondatore, trasformando quello che agli albori era solo un rudere in un cenacolo di uomini di cultura, fede e politica. “Siamo felici che un evento importante come il Giro d’Italia possa trasformarsi in un vero e proprio momento di promozione dei valori e del territorio biologici marchigiani; – commenta Francesco Torriani, Presidente di Consorzio Marche Biologiche – si tratta di un modo per dare dignità alla cultura contadina, promuovendo la conoscenza dei processi di filiera in tutte le sue fasi, dalle lavorazioni in campo alle trasformazioni, fino ai prodotti finiti”. La circolazione dei veicoli sarà interdetta a partire dalle ore 11 e riprenderà alle ore 18 circa. In particolare il primo passaggio sul Colle dei Cappuccini è previsto per le ore 15:40, mentre il secondo passaggio a partire dalle ore 16:40. L’evento rientra all’interno dell’ambito PSR Marche per lo sviluppo rurale 2014/2022.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/08/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 177
Utenti unici: 55.000

https://www.adriaeco.eu/2023/08/06/la-qualita-del-bio-comincia-dal-seme-l8-agosto-visita-ai-campi-di-girasole/

La qualità del Bio comincia dal seme, l’8 agosto visita ai campi di girasole

A Candelara un appuntamento co-organizzato dalla Cooperativa Montebello e da Mas Seeds, diretto agli operatori del settore. Una produzione importante per le Marche, prima regione d’Italia nella coltura del girasole Un appuntamento per vedere direttamente in campo il grande lavoro che gli operatori del biologico marchigiano portano avanti sulla qualità, a partire già dai semi impiegati nelle colture. Nel pomeriggio di martedì 8 agosto a Candelara (PU) è in programma una visita ai campi prova di girasole biologico destinata ai diversi attori della filiera. L’iniziativa è co-organizzata dalla Montebello Cooperativa Agrobiologica, realtà che fa parte dell’ecosistema Girolomoni, e da Mas Seeds, azienda sementiera leader europea nella produzione di seme, e si inserisce in una serie di incontri tecnici sul campo per approfondire i diversi aspetti delle produzioni biologiche. “Un percorso – spiega il dott. Francesco Torriani, responsabile della Cooperativa Montebello – che da tempo stiamo portando avanti per condividere lungo tutta la filiera tecniche e modalità che contribuiscono a preservare ed innalzare ulteriormente la qualità delle produzioni bio. Una qualità che deve riguardare tutto il processo, a cominciare dal seme, una condizione fondamentale sia per ottenere buone produzioni che per rispettare gli standard del biologico”. Le Marche sono la prima regione d’Italia nella coltura del girasole con circa 40.000 ettari (dati Istat-Ismea 2021), di cui circa il 10% condotto con metodo biologico. “C’è un importante interesse verso questa coltura – prosegue il responsabile della Montebello – sia da un punto di vista agronomico, in quanto ben si adatta alle condizioni pedoclimatiche della nostra regione consentendo di impostare delle rotazioni sostenibili, che da un punto di vista economico e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

commerciale, perché l’olio di girasole è un ingrediente sempre più importante dell’industria agroalimentare. Certo non mancano i problemi – fa notare Torriani -, in particolare le quotazioni di mercato di questa commodity risentono molto del mercato internazionale e per chi vuol fare qualità, come nel caso delle produzioni biologiche, e legare la produzione ad un territorio, non vi è altra strada che sostenere la strutturazione di filiere agroalimentari”. L’appuntamento per l’iniziativa dell’8 agosto è alle 17.30 presso la Fondazione Agraria Cante di Montevecchio a Fenile di Fano; da qui si partirà per la visita al campo prova di girasole biologico dell’Azienda Agricola Eredi Renili Valerio di Candelara. È necessario comunicare la partecipazione utilizzando i seguenti recapiti: 0721/720221 – 349.0059290(Montebello Cooperativa).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/08/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 177
Utenti unici: 55.000

https://www.adriaeco.eu/2023/08/07/candelara-l8-agosto-visita-ai-campi-di-girasole/

Candelara – l’8 agosto visita ai campi di girasole

La qualità del bio comincia dal seme, l’8 agosto visita ai campi di girasoleA Candelara un appuntamento co-organizzato dalla Cooperativa Montebello e da
Mas Seeds, diretto agli operatori del settore.
Una produzione importante per le Marche, prima regione d’Italia nella coltura del
girasole.Un appuntamento per vedere direttamente in campo il grande lavoro che gli operatori del
biologico marchigiano portano avanti sulla qualità, a partire già dai semi impiegati nelle
colture. Nel pomeriggio di martedì 8 agosto a Candelara (PU) è in programma una visita ai
campi prova di girasole biologico destinata ai diversi attori della filiera. L’iniziativa è co-
organizzata dalla Montebello Cooperativa Agrobiologica, realtà che fa parte
dell’ecosistema Girolomoni, e da Mas Seeds, azienda sementiera leader europea nella
produzione di seme, e si inserisce in una serie di incontri tecnici sul campo per
approfondire i diversi aspetti delle produzioni biologiche.
“Un percorso – spiega il dott. Francesco Torriani, responsabile della Cooperativa
Montebello – che da tempo stiamo portando avanti per condividere lungo tutta la filiera
tecniche e modalità che contribuiscono a preservare ed innalzare ulteriormente la qualità

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

delle produzioni bio. Una qualità che deve riguardare tutto il processo, a cominciare dal
seme, una condizione fondamentale sia per ottenere buone produzioni che per rispettare
gli standard del biologico".
Le Marche sono la prima regione d'Italia nella coltura del girasole con circa 40.000 ettari
(dati Istat-Ismea 2021), di cui circa il 10% condotto con metodo biologico. "C'è un
importante interesse verso questa coltura – prosegue il responsabile della Montebello – sia
da un punto di vista agronomico, in quanto ben si adatta alle condizioni pedoclimatiche
della nostra regione consentendo di impostare delle rotazioni sostenibili, che da un punto
di vista economico e commerciale, perché l'olio di girasole è un ingrediente sempre più
importante dell'industria agroalimentare. Certo non mancano i problemi – fa notare
Torriani -, in particolare le quotazioni di mercato di questa commodity risentono molto del
mercato internazionale e per chi vuol fare qualità, come nel caso delle produzioni
biologiche, e legare la produzione ad un territorio, non vi è altra strada che sostenere la
strutturazione di filiere agroalimentari".
L'appuntamento per l'iniziativa dell'8 agosto è alle 17.30 presso la Fondazione Agraria
Cante di Montevecchio a Fenile di Fano; da qui si partirà per la visita al campo prova di
girasole biologico dell'Azienda Agricola Eredi Renili Valerio di Candelara.È necessario
comunicare la partecipazione utilizzando i seguenti recapiti: 0721/720221

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Aosta Cronaca

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:31

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore racchiuso in una call to action

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

AostaCronaca.it

EAV: € 578
Utenti unici: 55.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico'come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". webinfo@adnkronos.com (Web Info).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

sardegnalive.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 576
Utenti unici: 54.000

https://www.sardegnalive.net/news/sostenibilita/451518/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/07/2023

foodandtec.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 202
Utenti unici: 54.000

https://www.foodandtec.com/it-it/in-italia-il-biologico-si-avvicina-al-target-del-25-delle-superfici

In Italia il biologico si avvicina al target del 25% delle superfici

Si è tenuto il 5 luglio 2023 presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto Bio in cifre alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della Regione Abruzzo e della città dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore.

Secondo gli ultimi dati del Rapporto, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022.
In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica.

La spesa domestica, invece, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.
Ma vediamo i numeri del Rapporto nel dettaglio.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Superfici e allevamenti biologici

Nel 2022 la superficie biologica italiana ha superato i 2,3 milioni di ettari, evidenziando una crescita del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021.

Dal 2010 l'estensione delle coltivazioni biologiche sono più che raddoppiate (+111% pari a oltre 1,2 milioni di ha), arrivando oggi a rappresentare quasi il 19% del totale delle superficie agricola utilizzabile censita dall'ISTAT, a pochi punti di distanza dalla soglia del 25% indicata dalla Strategia Farm to Fork come traguardo al 2030. Ad oggi sono già sei le regioni che hanno superato questo target: Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e Sicilia.

Il 56% della SAU biologica è concentrata in 5 regioni: in ordine Sicilia e Puglia, che tornano a crescere a doppia cifra sul 2021 (rispettivamente +22,5% e +11,9%), Toscana, che rallenta dopo l'exploit del 2021 attestandosi su un +1,7% di incremento, infine Calabria in lieve flessione (-1,8%) tallonata dall' Emilia-Romagna (+5,3% rispetto al 2021). Osservando le dinamiche delle altre regioni italiane aumenta la SAU bio: nella Provincia Autonoma di Trento (+43,4%),in Liguria (+19,9%), in Sardegna (14,0%), nella Provincia Autonoma di Bolzano (+10,1%), in Lombardia (+7,1%), in Piemonte (6,0%), nel Lazio (5,6%), nelle Marche (+4,3%), in Valle d'Aosta (+4,0%) e in Campania (+1,5%). Le superfici rimangono pressoché stabili in Veneto mentre si riscontrano flessioni, comprese tra il 2% e il 5%, in Basilicata, Umbria, Friuli- Venezia Giulia e Molise. L'Abruzzo vede aumentare la propria superficie certificata bio a 61.332 ha nel 2022, con un'incidenza più che raddoppiata negli ultimi 12 anni e ormai prossima al 15%. Guardando invece ai settori, tra i seminativi, che rappresentano la destinazione prevalente della SAU bio, con un'incidenza superiore al 40%, avanzano le colture industriali (+18,1%), le foraggere (+2%) e il comparto cerealicolo (+5,1%), trainato dai maggiori investimenti a grano duro, grano tenero, orzo e avena. Al contrario flettono, seppur lievemente, gli ortaggi (-0,4%), mentre prosegue il trend di crescita per le colture permanenti (+9,0%), grazie in particolare agli incrementi di mandorleti, agrumeti, oliveti da olio, noccioleti e vigneti. L'anno si chiude in positivo anche per i prati e pascoli (+14,3% le superfici) e per il comparto della zootecnia bio, che vede aumentare il numero di capi in ciascuna tipologia di allevamento. Significativi gli incrementi delle consistenze negli allevamenti bovini (10,5%), suini (+121%), avicoli (16,9%) e caprini (7,3%), con gli ovini, unica voce fuori dal coro, che perdono l'1,4% dei capi.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Tra i principali orientamenti produttivi abruzzesi degni di nota sono le coltivazioni biologiche di vite da vino e di olivo da olio, che rappresentano rispettivamente il 21% della superficie vitata regionale e il 12% dell'uliveto regionale.

Operatori biologici certificati

Relativamente agli operatori certificati bio, i dati indicano un incremento di oltre il 7% rispetto al 2021, grazie ai 6.655 nuovi ingressi nel sistema di certificazione che traghettano il numero complessivo di produttori, preparatori e importatori biologici sopra le 92 mila unità. Guardando più nello specifico ai dati dell'Abruzzo, dal 2010 il numero di operatori biologici è praticamente raddoppiato raggiungendo nel 2022 le 2.374 unità. È interessante evidenziare come il 54,8% degli operatori biologici si dedichi all'attività vitivinicola biologica, settore strategico e di pregio dell'economia regionale.

A livello più generale, l'incremento del numero di aziende coinvolte nelle varie fasi della filiera biologica è una conferma della grande vitalità del settore, nonostante le molte incertezze che hanno costellato gli ultimi anni, tra emergenza pandemica e rincari record dei costi produttivi.

A crescere sono soprattutto i produttori esclusivi nazionali, che comprendono le aziende con attività dedicata alla coltivazione del fondo agricolo, che hanno raggiunto le 68.605 unità (+10,1% sul 2021).

Nel 2022 le aziende agricole biologiche rappresentano il 7,3% delle aziende agricole complessive ma hanno una dimensione media di quasi tre volte rispetto a quelle dell'azienda agricola convenzionale (28,4 ettari vs 11 ettari. Significativo anche l'incremento dei produttori/preparatori (+3,6%) a quota 13.998 unità, mentre gli importatori aumentano di mezzo punto percentuale e i preparatori esclusivi arretrano dello 0,5%%, interrompendo la pluriennale tendenza positiva. I consumi di prodotti biologici

Relativamente alle dinamiche della spesa alimentare delle famiglie, dopo l'ottima performance del 2020 (+9,5%), sostenuta dal confinamento domestico provocato dal lockdown, e la battuta d'arresto registrata per la prima volta nel 2021 (-4,6%), il 2022 segnala una ripresa moderata dei consumi bio, che non soddisfa le aspettative degli attori del comparto.

Con 3,66 miliardi di euro il mercato domestico di alimenti biologici cresce solo dello 0,5%, un tasso distante da quello dell'agroalimentare complessivo (+6,4%), e da quello dell'inflazione dei prezzi dell'agroalimentare pari, nel 2022, al 9,1%. Per effetto di queste dinamiche, si riduce l'incidenza delle vendite di bio sulla spesa

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

alimentare complessiva, scendendo al 3,6% dal 3,9% del 2021.
In un contesto di sostanziale stagnazione va però segnalato il positivo andamento di alcune categorie merceologiche come, ad esempio, quella delle uova fresche (+6,8%), dei prodotti ittici (+3,1%) e delle carni fresche e trasformate (+3,7%), mentre continua a rallentare, come nel 2021, la spesa nei settori dove il bio è più rappresentato ad esempio nell'ortofrutta (-2,8%) e nei derivati dei cereali (-3,4%). Infine, si segnala un sensibile calo degli acquisti di vino e spumanti biologici rispetto al 2021 (-3,7%), flessione collegata alla forte ripresa dei consumi fuori dalle mura di casa.

Proprio il consumo extradomestico di alimenti biologici è stato lo scorso anno l'oggetto della prima indagine qualitativa condotta presso un campione di 1.126 bar e 864 ristoranti italiani, che ha fornito risultati molto incoraggianti circa la presenza di alimenti biologici nei menu dei pubblici esercizi e il grado di consapevolezza degli operatori. Più della metà dei bar (54,4%) e oltre due terzi dei ristoranti (68,4%) hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022. L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata di Fabio Del Bravo. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus.

"Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l'equilibrio sociale. Nel tempo - ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura Francesco Lollobirigida - abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità".

"La significativa crescita delle produzioni bio in Italia rappresenta un segnale chiaro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico. Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario - ha dichiarato invece Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio - un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi comparti come, per esempio, l'Horeca, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico. Naturalmente, è poi essenziale che la transizione agroecologica, che ci deve portare a raggiungere l'obiettivo del 25% al 2027, sia sostenuta con investimenti e strategie mirate che prevedano la concertazione di tutte le programmazioni, dal Piano strategico Nazionale della PAC al PNRR da integrare nel Piano d'azione per il bio. Abbiamo oggi un'opportunità unica per fare del biologico il paradigma agricolo di riferimento, generando effetti positivi sulla mitigazione del cambiamento climatico, sulla valorizzazione dei territori e delle aree interne e sulla creazione di nuove opportunità di occupazione, in particolare per i giovani e le donne".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Vivere Fano

Pac seminativi, le novità della riforma e le nuove sfide dell'agricoltura biologica: venerdì il convegno all'interno di "Info ConMarcheBio"

09/26/2023 22:14

2'di letturaFano 26/09/2023 - La riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi al centro dell'ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche e rivolto agli addetti del settore agricolo. L'importante convegno dal titolo: "Nuovo quadro normativo: PAC, seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione", si terrà venerdì 29 settembre, dalle 17 alle 20, presso il ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU). Interverranno, tra gli altri, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani e l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. «Il settore dell'agricoltura biologica deve affrontare nuove sfide e il modo migliore è farlo in maniera organizzata. L'approccio della filiera è quello più adatto per valorizzare la produzione biologica regionale e per far sì che le aziende programmino la semina in base alle esigenze del mercato- spiega Torriani-. L'innovazione nella filiera sementiera è molto importante; è necessario quindi fare un salto di qualità e selezionare nuove varietà che si adattino al biologico. Infine, il tema della gestione del rischio in agricoltura, scelta sempre più strategica per gli imprenditori agricoli alle prese con gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle produzioni delle colture. Nel convegno di venerdì parleremo di questo e di altre tematiche fondamentali per la gestione dell'azienda agricola biologica». L'appuntamento del 29 settembre chiude il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Si parlerà delle politiche agricole a sostegno delle filiere biologiche; di come gestire una rotazione agronomica conforme alla normativa di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/09/2023

viverefano.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 505
Utenti unici: 54.000

Pac seminativi, le novità della riforma e le nuove sfide dell'agricoltura biologica: venerdì il convegno all'interno di "Info ConMarcheBio"

2'di letturaFano 26/09/2023 - La riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi al centro dell'ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche e rivolto agli addetti del settore agricolo. L'importante convegno dal titolo: "Nuovo quadro normativo: PAC, seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione", si terrà venerdì 29 settembre, dalle 17 alle 20, presso il ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU). Interverranno, tra gli altri, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani e l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. «Il settore dell'agricoltura biologica deve affrontare nuove sfide e il modo migliore è farlo in maniera organizzata. L'approccio della filiera è quello più adatto per valorizzare la produzione biologica regionale e per far sì che le aziende programmino la semina in base alle esigenze del mercato- spiega Torriani-. L'innovazione nella filiera sementiera è molto importante; è necessario quindi fare un salto di qualità e selezionare nuove varietà che si adattino al biologico. Infine, il tema della gestione del rischio in agricoltura, scelta sempre più strategica per gli imprenditori agricoli alle prese con gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle produzioni delle colture. Nel convegno di venerdì parleremo di questo e di altre tematiche fondamentali per la gestione dell'azienda agricola biologica». L'appuntamento del 29 settembre chiude il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. - Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Si parlerà delle politiche agricole a sostegno delle filiere biologiche; di come gestire una rotazione agronomica conforme alla normativa di settore e alla nuova Pac; della gestione, prevista dalla nuova Pac, del rischio in agricoltura dovuto ai cambiamenti

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

climatici e del perché sostenere la filiera sementiera biologica. Apriranno i lavori Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, Pierfrancesco Fattori, presidente Montebello Cooperativa Agrobiologica e Giovanni Battista Girolomoni, presidente Cooperativa agricola Girolomoni. A seguire le relazioni del Prof. Francesco Solfanelli dell'Università Politecnica delle Marche, del dott. Lorenzo Razzi della Montebello Cooperativa Agrobiologica, della dott.ssa Barbara Minisci di Confcooperative Fedagripesca e della dott.ssa Federica Bigongiali della Fondazione Seminare il Futuro. Dopo il dibattito, al termine dell'incontro, è previsto anche l'intervento dell'assessore regionale Andrea Maria Antonini. Chi desidera partecipare all'iniziativa è pregato di comunicare la partecipazione telefonando allo 0721/720221 (orario ufficio), al 349.0059290 o inviando una mail a: segreteria@montebellobio.it. In allegato il programma.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

11/11/2023

viverefano.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 509
Utenti unici: 53.000

https://www.viverefano.com/2023/11/10/isola-del-piano-al-via-una-serie-di-incontri-per-tutelare-lautentico-biologico/202355/

Isola del Piano: al via una serie di incontri per tutelare l'autentico biologico

Il logo con la fogliolina verde è un simbolo inflazionato fra le corsie di mercati e supermercati: per il consumatore medio diventa sempre più difficile destreggiarsi fra un prodotto biologico ed uno sostenibile o ecologico. “Da un’indagine condotta da SWG presentata in occasione di Sana 2023, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto biologico è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo motivo, come Consorzio Marche Bio, desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando nell’urbinate incontri sul territorio insieme ai commercianti e ai gruppi di distribuzione: – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio”.

A Montebello di Isola del Piano, a pochi chilometri da Urbino, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore ed ai negozianti si terranno lunedì 20 e domenica 26 novembre. Sabato 11 novembre la giornata sarà invece dedicata ai gruppi di acquisto solidale ed associazioni locali. Per entrambe le occasioni il Consorzio Marche Biologiche ha in programma la visita agli stabilimenti, la degustazione di pasta guidata dall’enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste, principali produzioni oggetto delle attività promozionali nell’ambito della filiera promossa dal Consorzio Marche Biologiche.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Gli incontri hanno l’obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali ed in particolare della pasta prodotta nell’ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire a cittadini, operatori di settore, associazioni ed enti gli strumenti per distinguere un prodotto biologico – spiega Torriani - É infatti fondamentale rimarcare l'importanza della certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, ed i secondi per poter avere garanzie precise. In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l'agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni: in questo senso la sede di Isola del Piano fondata da uno dei più importanti pionieri dell'agricoltura biologica italiana ci sembra il luogo ideale in cui farlo".

Gli eventi di novembre organizzati dal Consorzio Marche Biologiche rientrano nell’ambito del progetto Promo ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 3.2. – Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno, Operazione A “Azioni di informazione e promozione dei prodotti di qualità – FA 3A”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2022

marchenotizie.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 156
Utenti unici: 53.000

https://www.marchenotizie.it/consorzio-marche-biologiche-per-le-piccole-imprese-il-pnrr-non-bastera/2022/09/22/147029/

Consorzio Marche Biologiche, per le piccole imprese il PNRR non basterà - Marche Notizie

Consorzio Marche Biologiche, per le piccole imprese il PNRR non basterà - Marche Notizie22 Settembre 2022 0 CONDIVIDI Facebook Twitter

Francesco Torriani - Presidente Consorzio Marche Bio

Il 23 settembre si celebra la Giornata europea dell'agricoltura biologica, istituita dall'Unione europea nel quadro di una strategia che punta a favorire la crescita del settore. In occasione di questa ricorrenza il Consorzio Marche Biologiche, realtà che riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana, punta l'attenzione sulle esigenze di un comparto vitale. Un comparto che ha delle implicazioni non solo agronomiche, ma anche economiche, sociali e culturali, tali da renderlo non solo un "metodo produttivo", ma sempre più un modello e uno strumento per lo sviluppo rurale delle nostre regioni.

Le Marche sono la culla del biologico italiano, grazie ad agricoltori che già negli anni '70 hanno avviato le prime importanti esperienze. La Superficie Agricola Utilizzata (Sau) dedicata al biologico nelle Marche ha superato i 100.000 ettari, quasi il 25% della Sau regionale. Le nostre aziende bio si differenziano per l'elevata qualità delle produzioni e ricevono importanti riconoscimenti, tra i più recenti quello della cooperativa Girolomoni risultata finalista degli EU Organic Awards promossi dalla Commissione europea. Inoltre, il nuovo Distretto biologico Marche istituito dalla Regione rappresenta un ulteriore importante strumento per rafforzare il settore.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Popolari

Meteo

Marche poche nuvole enter location 6 ° C 6.8 ° 5.3 ° 53% 2.1kmh 20% Mer 6 ° Gio 3 ° Ven 5 ° Sab 8 ° Dom 10 °

Gossip

EVEN MORE NEWS

Privacy Overview

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

24/10/2022

marchenotizie.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 182
Utenti unici: 53.000

https://www.marchenotizie.it/biocereals-4-0-agricoltura-bio-si-fa-piu-digital-convegno-a-morro-dalba/2022/10/24/148535/

Biocereals 4.0, agricoltura bio si fa più digital: convegno a Morro d'Alba - Marche Notizie

Biocereals 4.0, agricoltura bio si fa più digital: convegno a Morro d'Alba - Marche Notizie24 Ottobre 2022 0 CONDIVIDI Facebook Twitter

Biocereals 4.0 - Uso sperimentale di droni per la raccolta dati nelle aziende biologiche

Offrire alle realtà agricole biologiche delle Marche un'opportunità concreta di innovazione grazie a strumenti digitali. È il cuore del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa agrobiologica Montebello, soggetto capofila, e realizzato grazie all'apporto scientifico dell'Università Politecnica delle Marche e alla partnership tecnologica di Apra – Var. I risultati del progetto verranno illustrati nel convegno conclusivo dal titolo "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche", in programma giovedì 27 ottobre alle ore 17.00 a Morro d'Alba (An) presso l'azienda vitivinicola Mario Lucchetti. L'evento è organizzato nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura.

"Il progetto Biocereals 4.0 – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell'agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ad Univpm è stato affidato il compito di adattare lo strumento tecnologico alle esigenze della filiera agroalimentare. “La ricerca scientifica condotta nell’ambito del progetto – afferma il professor Raffaele Zanoli – offre soluzioni innovative per sostenere la filiera dei seminativi biologici verso il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale stabiliti dalle strategie Farm to Fork e Biodiversity 2030. Vanno in questa direzione anche i corsi di laurea promossi dal Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali che mirano a formare laureati con una preparazione interdisciplinare, in grado di gestire la complessità delle filiere agroalimentari”.
Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa “carica di innovazione”, come spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare: “Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c’è il Decision Support System (DSS), una tecnologia previsionale che permette di supportare l’imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro.”
Apriranno i lavori Davide Neri, direttore del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari ed ambientali di Univpm, e Pierfrancesco Fattori della Montebello. Le relazioni tematiche saranno affidate a Raffaele Zanoli di Univpm (ricerca scientifica), Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company (la tecnologia al servizio della filiera cerealicola) e ad Adriano Mancini di Univpm (intelligenza artificiale). Interverranno inoltre: Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Nunzio Isidoro, direttore dell’azienda agraria sperimentale “Pasquale Rosati” – Univpm e Francesco Torriani di Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare. Le conclusioni saranno affidate ad Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche; alla moderazione Francesco Solfanelli di Univpm.
Al termine è in programma un aperitivo degustazione con i vini della Cantina Lucchetti. Per informazioni e adesioni: tel. 0721/720221; email In un’ottica di prevenzione da potenziale rischio di contagio da covid19, si consiglia di indossare la mascherina protettiva e di mantenere la distanza di sicurezza.

Popolari
Meteo
Marche cielo coperto enter location 3.5 ° C 5.1 ° 2.5 ° 92% 4.9kmh 100% Sab 6 °

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Dom 6 ° Lun 9 ° Mar 9 ° Mer 10 °

Gossip

EVEN MORE NEWS

Privacy Overview

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

27/01/2023

viverejesi.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 181
Utenti unici: 53.000

https://www.viverejesi.it/2022/10/29/morro-dalba-presentato-dalla-cooperativa-montebello-il-progetto-biocereals-4-0/2100292363/

Morro d'Alba: presentato dalla Cooperativa Montebello il progetto "biocereals 4.0"

Morro d'Alba: presentato dalla Cooperativa Montebello il progetto "biocereals 4.0"Morro d'Alba: presentato dalla Cooperativa Montebello il progetto "biocereals 4.0"

3' di lettura 28/10/2022 - Dai droni alle App: Il biologico marchigiano guarda al futuro. Presentati i risultati del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello con Univpm e Apra – Var

Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle app per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola. Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l'agricoltura biologica delle Marche ha avuto l'opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore.

I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati il 27 ottobre nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba (An) presso l'azienda Mario Lucchetti. "Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello - è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano". Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare.

"In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema". Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte dell'ambizioso obiettivo dell'Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo biologico.

Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio. Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi. Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. "Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze."

Al convegno sono intervenuti inoltre Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm.

L'esperienza di Biocereals 4.0 confluirà in un nuovo progetto che prenderà avvio alla fine di quest'anno e che proseguirà sulla strada della transizione ecologica e digitale delle aziende biologiche marchigiane.

L'indirizzo breve è https://vivere.me/dy46

VIVERE MARCHE

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/10/2022

marchenotizie.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 189
Utenti unici: 53.000

https://www.marchenotizie.it/dai-droni-alle-app-il-biologico-delle-marche-guarda-al-futuro/2022/10/28/148787/

Dai droni alle app, il biologico delle Marche guarda al futuro - Marche Notizie

Dai droni alle app, il biologico delle Marche guarda al futuro - Marche Notizie28 Ottobre 2022 0 CONDIVIDI Facebook Twitter

Biocereals 4.0 - Cooperativa Montebello

Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle app per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola. Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l'agricoltura biologica delle Marche ha avuto l'opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore. I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati ieri nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba (An) presso l'azienda Mario Lucchetti.

"Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello – è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano".

Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare. "In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema". Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte dell'ambizioso obiettivo dell'Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo biologico.

Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio. Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.

Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. "Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze."

Al convegno sono intervenuti inoltre Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm. L'esperienza di Biocereals 4.0 confluirà in un nuovo progetto che prenderà avvio alla fine di quest'anno e che proseguirà sulla strada della transizione ecologica e digitale delle aziende biologiche marchigiane.

————————- La cooperativa Montebello, con sede a Isola del Piano (PU), fa parte dell'ecosistema Girolomoni, storica realtà del biologico con attività principale nella produzione della pasta biologica. La cooperativa Montebello nasce nel 2009 con l'obiettivo di favorire l'aggregazione delle produzioni biologiche per rendere economicamente sostenibile la loro trasformazione e quindi la commercializzazione. Oggi affianca gli agricoltori nei processi produttivi e si occupa di promuovere e facilitare la conversione all'agricoltura biologica. Associa 290 produttori e ha altre 100 aziende agricole in filiera, con una SAU (superficie agricola utilizzata) di 8.000 ettari di superficie agricola utilizzata e un potenziale complessivo di tutte le aziende

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

afferenti di 30.000 ettari. Gli agricoltori associati producono cereali, olio di semi, foraggio e sementi. Oltre alla cooperativa Montebello, l'ecosistema Girolomoni comprende: la cooperativa agricola Gino Girolomoni impegnata nella produzione e commercializzazione di prodotti da agricoltura biologica, la Fondazione Girolomoni per la cultura, l'agriturismo per l'accoglienza e il Consorzio Marche Biologiche per promuovere l'approccio di filiera e la necessità di fare rete. www.girolomoni.it

Loading...
TAGS
Popolari
Meteo
Marche cielo coperto enter location 3.5 ° C 5.1 ° 2.5 ° 92% 4.9kmh 100% Sab 6 ° Dom 6 ° Lun 9 ° Mar 9 ° Mer 10 °
Gossip
EVEN MORE NEWS
Privacy Overview

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/03/2023

fano24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 170
Utenti unici: 51.000

https://fano24.it/il-bio-delle-marche-ancora-piu-smart-presentato-il-progetto-si-riparte/

IL BIO DELLE MARCHE ANCORA Più SMART, PRESENTATO IL PROGETTO "SI–RIPARTE"

Tecnologie digitali per rendere più competitive le imprese della filiera cerealicola. Un'iniziativa condotta nell'ambito del PSR Marche dalla cooperativa Montebello insieme con il Consorzio Marche Biologiche, Univpm e Apra

È stato presentato ieri a Montefelcino (PU) il progetto "SI–RIPARTE", che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all'impiego di tecnologie digitali. Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l'Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L'iniziativa rientra nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura.

"Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, (nella foto sotto) presidente del Consorzio Marche Biologiche –

investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni". Nell'ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l'obiettivo di estendere l'applicazione ad un bacino più ampio.

Questi interventi hanno l'ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale "garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica".

Il convegno è stato anche un'occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l'assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l'accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge "Gioventù agricola" che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio.

All'evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche.

Il progetto "SI–RIPARTE" (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l'integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/06/2023

marcheinfinite.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 162
Utenti unici: 49.000

https://marcheinfinite.com/2023/06/30/cosa-ce-dietro-una-buona-pasta-se-ne-parla-con-il-consorzio-marche-biologiche-sabato-1-luglio-alle-16-30-al-monastero-di-montebello-di-isola-del-piano-pu/

Cosa c'è dietro una buona pasta, se ne parla con il Consorzio Marche Biologiche sabato 1° luglio alle 16.30 al Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU)

Cos'è che rende la pasta un prodotto buono e sano? Per raccontare aspetti produttivi e nutrizionali, e sfatare anche qualche falsa credenza, il Consorzio Marche Biologiche organizza per sabato 1 luglio alle 16.30, al Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU) un incontro dal titolo "Grani e paste: origine, processi e proprietà. Tra falsi miti e reali benefici, per una spesa consapevole". Introdurranno l'incontro Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche, e Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello Cooperativa Agrobiologica. Daniela Bellini, responsabile qualità della Cooperativa Girolomoni, racconterà l'esperienza di un ecosistema dove da oltre 50 anni si intrecciano i saperi di agricoltori, pastai e mugnai, mentre l'Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere si concentrerà sulle necessità metaboliche e nutritive dell'organismo e sul ruolo degli alimenti che contengono carboidrati, sulle modalità con cui i processi produttivi influenzano il prodotto finito, e sui grani antichi. "Con questa iniziativa – sottolinea il presidente di ConMarcheBio, Francesco Torriani – vogliamo contribuire a rendere il consumatore più consapevole, informandolo su quei processi che hanno un impatto sulla qualità, sul gusto e sulle proprietà nutritive di un prodotto. Le Marche hanno un grande patrimonio nel settore biologico basato sui concetti di alimentazione sana e sviluppo sostenibile; come Consorzio siamo al fianco degli agricoltori per sostenerli non solo nei processi di innovazione e nel lavoro in filiera, ma anche nel far percepire questi valori nelle scelte di acquisto". All'incontro seguirà un aperitivo al tramonto, a far da cornice il panorama mozzafiato che si gode dal Monastero. È gradita la prenotazione ai seguenti contatti: eventi@conmarchebio.it; 0721 720334 (segreteria ConMarcheBio). Link per seguire l'evento online: https://bit.ly/con-marche-bio-diretta-workshop Consorzio Marche Biologiche Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

400 imprese agricole dislocate sull’intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 18mila tonnellate di materia prima lavorata all’anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all’estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

27/03/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 165
Utenti unici: 49.000

https://www.adriaeco.eu/2023/03/27/il-bio-delle-marche-ancora-piu-smart-presentato-il-progetto-si-riparte/

Il BIO delle Marche ancora più smart, presentato Il progetto "Si–Riparte"

Tecnologie digitali per rendere più competitive le imprese della filiera cerealicola. Un'iniziativa condotta nell'ambito del PSR Marche dalla cooperativa Montebello insieme con il Consorzio Marche Biologiche, Univpm e Apra È stato presentato a Montefelcino (PU) il progetto "SI–RIPARTE", che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all'impiego di tecnologie digitali. Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l'Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L'iniziativa rientra nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura. "Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni". Nell'ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l'obiettivo di estendere l'applicazione ad un bacino più ampio. Questi interventi hanno l'ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale “garantire l’assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica”. Il convegno è stato anche un’occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l’assessore all’Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l’accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge “Gioventù agricola” che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio. All’evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche. Il progetto “SI–RIPARTE” (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l’integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali. L'articolo Il BIO delle Marche ancora più smart, presentato Il progetto “Si–Riparte” proviene da Adriaeco.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/08/2023

marcheinfinite.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 169
Utenti unici: 49.000

https://marcheinfinite.com/2023/08/06/la-qualita-del-bio-comincia-dal-seme-l8-agosto-visita-ai-campi-di-girasole-a-candelara-appuntamento-diretto-agli-operatori-del-settore/

La qualità del bio comincia dal seme: l’8 agosto visita ai campi di girasole. A Candelara appuntamento diretto agli operatori del settore

Un appuntamento per vedere direttamente in campo il grande lavoro che gli operatori del biologico marchigiano portano avanti sulla qualità, a partire già dai semi impiegati nelle colture. Nel pomeriggio di martedì 8 agosto a Candelara (PU) è in programma una visita ai campi prova di girasole biologico destinata ai diversi attori della filiera. L’iniziativa è co-organizzata dalla Montebello Cooperativa Agrobiologica, realtà che fa parte dell’ecosistema Girolomoni, e da Mas Seeds, azienda sementiera leader europea nella produzione di seme, e si inserisce in una serie di incontri tecnici sul campo per approfondire i diversi aspetti delle produzioni biologiche.

“Un percorso – spiega il dott. Francesco Torriani, responsabile della Cooperativa Montebello – che da tempo stiamo portando avanti per condividere lungo tutta la filiera tecniche e modalità che contribuiscono a preservare ed innalzare ulteriormente la qualità delle produzioni bio. Una qualità che deve riguardare tutto il processo, a cominciare dal seme, una condizione fondamentale sia per ottenere buone produzioni che per rispettare gli standard del biologico”.

Le Marche sono la prima regione d’Italia nella coltura del girasole con circa 40.000 ettari (dati Istat-Ismea 2021), di cui circa il 10% condotto con metodo biologico. “C’è un importante interesse verso questa coltura – prosegue il responsabile della Montebello – sia da un punto di vista agronomico, in quanto ben si adatta alle condizioni pedoclimatiche della nostra regione consentendo di impostare delle rotazioni sostenibili, che da un punto di vista economico e commerciale, perché l’olio di girasole è un ingrediente sempre più importante dell’industria agroalimentare. Certo non mancano i problemi – fa notare Torriani -, in particolare le quotazioni di mercato di questa commodity risentono molto del mercato internazionale e per chi vuol fare qualità, come nel caso delle produzioni biologiche, e legare la produzione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ad un territorio, non vi è altra strada che sostenere la strutturazione di filiere agroalimentari".

L'appuntamento per l'iniziativa dell'8 agosto è alle 17.30 presso la Fondazione Agraria Cante di Montevecchio a Fenile di Fano; da qui si partirà per la visita al campo prova di girasole biologico dell'Azienda Agricola Eredi Renili Valerio di Candelara.

È necessario comunicare la partecipazione utilizzando i seguenti recapiti: 0721/720221 – 349.0059290
Estesa sulla collina di Montebello ad Isola del Piano (Pu), la Gino Girolomoni è una cooperativa agricola impegnata nella produzione e commercializzazione di prodotti da agricoltura biologica. L'attività principale è nella produzione della pasta: il modello "dal seme al piatto", con una intera filiera votata al biologico costruita in 50 anni di lavoro, rende la Girolomoni un caso unico in Italia e in Europa. Erede dell'esperienza straordinaria di Gino Girolomoni, da molti considerato padre del movimento biologico in Italia, che avviò la sua attività pioneristica nel 1971, la nuova generazione prosegue questa storia affascinante fatta di rispetto per la terra, valorizzazione del lavoro e promozione dell'agricoltura sostenibile.

La cooperativa conta 30 soci e 70 dipendenti, e coinvolge nella filiera 400 aziende agricole attraverso la cooperativa Montebello. Il sito produttivo comprende 80 ettari coltivati e lo stabilimento, alimentato ad energia rinnovabile, con mulino, pastificio e magazzini. L'estero è il mercato principale: Girolomoni esporta oggi in 30 paesi, fra cui i principali sono: Francia, Germania, USA, Spagna, Australia e Giappone.

La cooperativa è parte dell' "ecosistema Girolomoni", che comprende anche la Fondazione Girolomoni per la cultura, la cooperativa Montebello per l'agricoltura, l'agriturismo per l'accoglienza e il Consorzio Marche Biologiche per promuovere l'approccio di filiera e la necessità di fare rete. www.girolomoni.it

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/03/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 167
Utenti unici: 49.000

https://www.adriaeco.eu/2023/03/22/filiera-bio-delle-marche-un-progetto-per-la-digitalizzazione-delle-pmi/

Filiera BIO delle Marche, un progetto per la digitalizzazione delle Pmi

Venerdì 24 marzo a Montefelcino convegno di presentazione del progetto "SI – RIPARTE", condotto nell'ambito del PSR Marche dalla cooperativa Montebello insieme con il Consorzio Marche Biologiche, Univpm e Apra Dare una risposta concreta al bisogno di digitalizzazione delle piccole e medie imprese della filiera biologica marchigiana. È l'obiettivo del progetto "SI–RIPARTE" (ovvero "SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l'integrazione delle pmi agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali"), che verrà presentato venerdì 24 marzo, alle ore 17, negli spazi del ristorante il Torchio di Montefelcino (PU). Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l'Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L'iniziativa rientra nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura. "La filiera cerealicola biologica marchigiana ha di fronte due importanti sfide – dichiara il presidente della Montebello, Pierfrancesco Fattori -, ovvero garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sostenibilità ambientale ed economica. E' indispensabile che le piccole imprese agricole, colonna portante del biologico marchigiano, siano messe nelle condizioni di "connettersi digitalmente" con il resto della filiera. Su questo si concentrerà il progetto". "La scarsa alfabetizzazione digitale delle imprese agricole – aggiunge Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche –, unita all'impossibilità di investire risorse economiche rilevanti, costituisce un'importante barriera alla digitalizzazione. La possibilità di effettuare un tracciamento automatico delle operazioni con dispositivi a basso costo e con ridotta interazione da parte dell'utente rappresenta una chiave di volta per avviare la transizione al digitale. In quest'ottica, il progetto SI-RIPARTE proporrà lo sviluppo e il test di un prototipo innovativo per la digitalizzazione rapida ed economica delle aziende agricole biologiche". Ad aprire i lavori, accanto al presidente Fattori, ci saranno il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini e l'assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini. La prima sessione sarà dedicata alle azioni previste dal progetto e alle nuove tecnologie a supporto delle imprese, tra cui l'intelligenza artificiale. Interverranno Francesco Solfanelli (Univpm – D3A), Gianluca Regoli (Apra) e Adriano Mancini (Univpm – DII). Seguirà una tavola rotonda dedicata alla programmazione politica, chiamata a dare risposte a problemi cruciali quali crisi climatica/ambientale e incertezza dei mercati. Interverranno: Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati; Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche; Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche e di Confcooperative Fedagripesca Marche; Raffaele Zanoli di Univpm – D3A; Giovanni Battista Girolomoni, presidente del Distretto Biologico delle Marche. Comunicare la propria partecipazione ai seguenti recapiti: 0721/720221; segreteria@conmarchebio.it. Il convegno è accreditato ai fini dei crediti formativi professionali dei dottori agronomi e forestali, esclusivamente nella modalità in presenza. Sarà possibile seguire il convegno in streaming (link disponibile nella pagina fb Con Marche Bio). L'articolo Filiera BIO delle Marche, un progetto per la digitalizzazione delle Pmi proviene da Adriaeco.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/03/2022

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 163
Utenti unici: 49.000

https://www.adriaeco.eu/2022/03/23/pnrr-e-psr-validi-strumenti-per-la-transizione-dellagricoltura-marchigiana/

PNRR e PSR: validi strumenti per la transizione dell'agricoltura marchigiana | Adriaeco

PNRR e PSR: validi strumenti per la transizione dell'agricoltura marchigiana | Adriaeco23 Marzo 2022 383

La mano green tesa verso il futuro della digitalizzazione, con questa immagine potrebbe essere rappresentato il convegno 'Transizione ecologica e digitale del sistema agricolo regionale' che si è tenuto stamattina presso la sala delle conferenze della Federazione Marchigiana Bcc di Ancona.

Organizzato dal Consorzio Marche Biologiche, in collaborazione con Confcooperative Marche, Iccrea Banca Spa, ConfidiCoop Marche, Food Brand Marche, Cluster Agrifood Marche e Ismea, il meeting incentrato sulle opportunità offerte dai fondi PNRR e PSR Marche ha richiamato numerosi operatori del settore fra cooperative socie, stakeholders e partner.

"Ad oggi gli strumenti a disposizione delle filiere bio nelle Marche sono validi ed adeguati per rendere possibile la transizione ecologica; fondamentale in questo senso adottare una visione di insieme per il nostro sistema agricolo biologico marchigiano" ha dichiarato Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Bio.

Dopo i saluti del Presidente della Federazione Marchigiana BCC Sergio Cugini, sono intervenuti il Presidente Ismea Angelo Frascarelli, il Direttore Generale Promozione della Qualità Agroalimentare del Mipaaf Oreste Gerini e il Dirigente Servizio Agricoltura della Regione Marche Lorenzo Bisogni. Come Responsabile Crediti Agrari di Iccrea Banca ha preso la parola Marco Mancinelli; a seguire gli interventi del Presidente ConfidiCoop Marche Giovanni Bernardini e Massimo Fileni in qualità di Presidente Agrifood Marche.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Importante la testimonianza delle realtà cooperative intervenute al convegno le quali, pur attraversando un periodo difficile fra crisi energetica e instabilità nell'est Europa, sono desiderose di guardare avanti facendo leva sulle risorse europee, verso un futuro sempre più ecosostenibile.
Il Consorzio Marche Bio sta inoltre attivando nuovi servizi di consulenza a supporto dei progetti di filiera destinati principalmente agli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale per essere concretamente al fianco delle filiere bio, anche attraverso webinar dedicati.
"Senza mai dimenticarci che la mission dell'agricoltura è produrre cibo per una sana e corretta alimentazione, è nostro dovere sottolineare che il sistema agricolo bio è anche e soprattutto una fonte di lavoro; l'evoluzione politica in questo senso dal 2019 ad oggi si è dimostrata favorevole per investimenti green e digitalizzazioni, strumenti davvero alla portata degli addetti del settore" ha concluso il Presidente Torriani.

Please enter your comment! Please enter your name here You have entered an incorrect email address! Please enter your email address here
Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.
Δ
Articoli recenti
Adriaeco è un osservatorio economico che affronta tematiche "marinare" e soprattutto presta attenzione ai territori che si affacciano sull'Adriatico e sullo Ionio, alla loro economia, alle loro esigenze, alla condivisione di sviluppo e idee.
Le notizie più lette

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

27/03/2023

marcheinfinite.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 165
Utenti unici: 49.000

https://marcheinfinite.com/2023/03/27/si-riparte-il-bio-delle-marche-ancora-piu-smart-tecnologie-digitali-per-rendere-piu-competitive-le-imprese-della-filiera-cerealicola/

“Si–Riparte”. Il bio delle Marche ancora più smart: tecnologie digitali per rendere più competitive le imprese della filiera cerealicola

È stato presentato nei giorni scorsi a Montefelcino (PU) il progetto “Si–Riparte”, che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all’impiego di tecnologie digitali. Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l’Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L’iniziativa rientra nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura. Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche La sala gremita per il convegno Si Riparte “Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche – investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni”. Nell’ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l’obiettivo di estendere l’applicazione ad un bacino più ampio. Questi interventi hanno l’ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale “garantire l’assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica”. Il convegno è stato anche un’occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l’assessore all’Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l’accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge “Gioventù agricola” che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio. All’evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche. Il progetto “Si–Riparte” (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l’integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali. Un drone di controllo Una stazione meteo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/03/2023

marcheinfinite.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 166
Utenti unici: 49.000

https://marcheinfinite.com/2023/03/23/filiera-bio-delle-marche-un-progetto-per-la-digitalizzazione-delle-pmi-venerdi-24-marzo-a-montefelcino-convegno-di-presentazione-del-progetto-si-riparte/

Filiera bio delle Marche, un progetto per la digitalizzazione delle pmi. Venerdì 24 marzo a Montefelcino convegno di presentazione del progetto "SI – RIPARTE"

Dare una risposta concreta al bisogno di digitalizzazione delle piccole e medie imprese della filiera biologica marchigiana. È l'obiettivo del progetto "SI–RIPARTE" (ovvero "SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l'integrazione delle pmi agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali"), che verrà presentato venerdì 24 marzo, alle ore 17, negli spazi del ristorante il Torchio di Montefelcino (PU). Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l'Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L'iniziativa rientra nell'ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell'agricoltura. "La filiera cerealicola biologica marchigiana ha di fronte due importanti sfide – dichiara il presidente della Montebello, Pierfrancesco Fattori -, ovvero garantire l'assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica. E' indispensabile che le piccole imprese agricole, colonna portante del biologico marchigiano, siano messe nelle condizioni di "connettersi digitalmente" con il resto della filiera. Su questo si concentrerà il progetto". "La scarsa alfabetizzazione digitale delle imprese agricole – aggiunge Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche –, unita all'impossibilità di investire risorse economiche rilevanti, costituisce un'importante barriera alla digitalizzazione. La possibilità di effettuare un tracciamento automatico delle operazioni con dispositivi a basso costo e con ridotta interazione da parte dell'utente rappresenta una chiave di volta per avviare la transizione al digitale. In quest'ottica, il progetto SI-RIPARTE proporrà lo sviluppo e il test di un prototipo innovativo per la digitalizzazione rapida ed economica delle aziende agricole biologiche". Ad aprire i lavori, accanto al presidente Fattori, ci saranno il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini e l'assessore all'Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini. La prima sessione sarà dedicata alle azioni previste dal progetto e alle nuove tecnologie a supporto delle imprese, tra cui l'intelligenza artificiale. Interverranno Francesco Solfanelli (Univpm – D3A), Gianluca Regoli (Apra) e Adriano Mancini (Univpm – DII). Seguirà una tavola rotonda dedicata alla programmazione politica, chiamata a dare risposte a problemi cruciali quali crisi climatica/ambientale e incertezza dei mercati. Interverranno: Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati; Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche; Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche e di Confcooperative Fedagripesca Marche; Raffaele Zanoli di Univpm – D3A; Giovanni Battista Girolomoni, presidente del Distretto Biologico delle Marche. Comunicare la propria partecipazione ai seguenti recapiti: 0721/720221; segreteria@conmarchebio.it. Il convegno è accreditato ai fini dei crediti formativi professionali dei dottori agronomi e forestali, esclusivamente nella modalità in presenza. Sarà possibile seguire il convegno in streaming (link disponibile nella pagina fb Con Marche Bio).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

31/10/2022

marcheinfinite.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 187
Utenti unici: 49.000

https://marcheinfinite.com/2022/10/31/biocereals-4-0-lagricoltura-bio-si-fa-piu-digital-convegno-a-morro-dalba/

Biocereals 4.0: l’agricoltura Bio si fa più digital. Convegno a Morro d'Alba - Marcheinfinite

Biocereals 4.0: l’agricoltura Bio si fa più digital. Convegno a Morro d'Alba - MarcheinfiniteGeneric selectors Exact matches only Exact matches only Search in title Search in title Search in content Search in content Search in excerpt Post Type Selectors post post page page Facebook Twitter Instagram Youtube Linkedin Lock

Biocereals 4.0: l’agricoltura Bio si fa più digital. Convegno a Morro d’Alba

Il 27 ottobre a Morro d’Alba si è svolto il convegno finale del progetto condotto dalla cooperativa Montebello insieme con Univpm e Apra – Var. Nuovi strumenti tecnologici per innovare la filiera marchigiana.

Offrire alle realtà agricole biologiche delle Marche un’opportunità concreta di innovazione grazie a strumenti digitali. È il cuore del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa agrobiologica Montebello, soggetto capofila, e realizzato grazie all’apporto scientifico dell’Università Politecnica delle Marche e alla partnership tecnologica di Apra – Var. I risultati del progetto verranno illustrati nel convegno conclusivo dal titolo “Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche” sono stati illustrati giovedì 27 ottobre a Morro d’Alba (An) presso l’azienda vitivinicola Mario Lucchetti. L’evento è stato organizzato nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura.

La cooperativa Montebello, con sede a Isola del Piano (PU), fa parte dell’ecosistema Girolomoni

“Il progetto Biocereals 4.0 – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell’agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità”.

Ad Univpm è stato affidato il compito di adattare lo strumento tecnologico alle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

esigenze della filiera agroalimentare. “La ricerca scientifica condotta nell’ambito del progetto – afferma il professor Raffaele Zanoli – offre soluzioni innovative per sostenere la filiera dei seminativi biologici verso il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale stabiliti dalle strategie Farm to Fork e Biodiversity 2030. Vanno in questa direzione anche i corsi di laurea promossi dal Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali che mirano a formare laureati con una preparazione interdisciplinare, in grado di gestire la complessità delle filiere agroalimentari”.

Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa “carica di innovazione”, come spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare: “Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c’è il Decision Support System (DSS), una tecnologia previsionale che permette di supportare l’imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro.”

Apriranno i lavori Davide Neri, direttore del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari ed ambientali di Univpm, e Pierfrancesco Fattori della Montebello. Le relazioni tematiche saranno affidate a Raffaele Zanoli di Univpm (ricerca scientifica), Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company (la tecnologia al servizio della filiera cerealicola) e ad Adriano Mancini di Univpm (intelligenza artificiale). Interverranno inoltre: Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Nunzio Isidoro, direttore dell’azienda agraria sperimentale “Pasquale Rosati” – Univpm e Francesco Torriani di Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare. Le conclusioni saranno affidate ad Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche; alla moderazione Francesco Solfanelli di Univpm.

La cooperativa Montebello, con sede a Isola del Piano (PU), fa parte dell’ecosistema Girolomoni, storica realtà del biologico con attività principale nella produzione della pasta biologica. La cooperativa Montebello nasce nel 2009 con l’obiettivo di favorire l’aggregazione delle produzioni biologiche per rendere economicamente sostenibile la loro trasformazione e quindi la commercializzazione. Oggi affianca gli agricoltori nei processi produttivi e si occupa di promuovere e facilitare la conversione all’agricoltura biologica. Associa 290 produttori e ha altre 100 aziende agricole in filiera, con una SAU (superficie agricola utilizzata) di 8.000 ettari di superficie agricola utilizzata e un potenziale complessivo di tutte le aziende afferenti di 30.000

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ettari. Gli agricoltori associati producono cereali, olio di semi, foraggio e sementi.
Oltre alla cooperativa Montebello, l'ecosistema Girolomoni comprende: la cooperativa agricola Gino Girolomoni impegnata nella produzione e commercializzazione di prodotti da agricoltura biologica, la Fondazione Girolomoni per la cultura, l'agriturismo per l'accoglienza e il Consorzio Marche Biologiche per promuovere l'approccio di filiera e la necessità di fare rete. www.girolomoni.it
A cura di
Giornalista. Direttore responsabile di marcheinfinte.com
Lascia un commento Annulla risposta
Il tuo indirizzo email non sarà pubblicato. I campi obbligatori sono contrassegnati *
Scrivi qui..
Sito web
Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.
Prossimi eventi
Privacy Overview
This website uses cookies to improve your experience while you navigate through the website. Out of these, the cookies that are categorized as necessary are stored on your browser as they are essential for the working of basic functionalities of the website. We also use third-party cookies that help us analyze and understand how you use this website. These cookies will be stored in your browser only with your consent. You also have the option to opt-out of these cookies. But opting out of some of these cookies may affect your browsing experience. Necessary Necessary Sempre abilitato Necessary cookies are absolutely essential for the website to function properly. These cookies ensure basic functionalities and security features of the website, anonymously.
Cookie
Durata
Descrizione
cookielawinfo-checkbox-analytics
11 months
This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Analytics".
cookielawinfo-checkbox-functional
11 months
The cookie is set by GDPR cookie consent to record the user consent for the cookies

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

in the category "Functional".

cookielawinfo-checkbox-necessary

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookies is used to store the user consent for the cookies in the category "Necessary".

cookielawinfo-checkbox-others

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Other.

cookielawinfo-checkbox-performance

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Performance".

viewed_cookie_policy

11 months

The cookie is set by the GDPR Cookie Consent plugin and is used to store whether or not user has consented to the use of cookies. It does not store any personal data.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

24/10/2022

italicom.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 171
Utenti unici: 49.000

https://www.italicom.net/lagricoltura-bio-si-fa-piu-digital-il-27-ottobre-i-risultati-del-progetto-biocereals-4-0/

L'agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - i-Talicom | news 24 ore su 24 sul Made in Italy

L'agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - i-Talicom | news 24 ore su 24 sul Made in Italy“Il progetto Biocereals 4.0 – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell’agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità”.

More stories

Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa “carica di innovazione”, come spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare: “Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c’è il Decision Support System (DSS), una tecnologia previsionale che permette di supportare l’imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro.”

Apriranno i lavori Davide Neri, direttore del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari ed ambientali di Univpm, e Pierfrancesco Fattori della Montebello. Le

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

relazioni tematiche saranno affidate a Raffaele Zanoli di Univpm (ricerca scientifica), Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company (la tecnologia al servizio della filiera cerealicola) e ad Adriano Mancini di Univpm (intelligenza artificiale). Interverranno inoltre: Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativaGirolomoni; Nunzio Isidoro, direttore dell'azienda agraria sperimentale "Pasquale Rosati" – Univpm e Francesco Torriani di Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare. Le conclusioni saranno affidate ad Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche; alla moderazione Francesco Solfanelli di Univpm.

Articoli recenti

#HASHTAG

Privacy Overview

This website uses cookies to improve your experience while you navigate through the website. Out of these, the cookies that are categorized as necessary are stored on your browser as they are essential for the working of basic functionalities of the website. We also use third-party cookies that help us analyze and understand how you use this website. These cookies will be stored in your browser only with your consent. You also have the option to opt-out of these cookies. But opting out of some of these cookies may affect your browsing experience. Necessary Necessary Sempre abilitato Necessary cookies are absolutely essential for the website to function properly. These cookies ensure basic functionalities and security features of the website, anonymously.

Cookie

Durata

Descrizione

cookielawinfo-checkbox-analytics

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Analytics".

cookielawinfo-checkbox-functional

11 months

The cookie is set by GDPR cookie consent to record the user consent for the cookies in the category "Functional".

cookielawinfo-checkbox-necessary

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookies is used to store the user consent for the cookies in the category "Necessary".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

cookielawinfo-checkbox-others

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Other.

cookielawinfo-checkbox-performance

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Performance".

viewed_cookie_policy

11 months

The cookie is set by the GDPR Cookie Consent plugin and is used to store whether or not user has consented to the use of cookies. It does not store any personal data.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

24/10/2022

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 171
Utenti unici: 49.000

https://www.adriaeco.eu/2022/10/24/biocereals-4-0-lagricoltura-bio-si-fa-piu-digital/

Biocereals 4.0, l’agricoltura bio si fa più digital | Adriaeco

Biocereals 4.0, l’agricoltura bio si fa più digital | Adriaeco24 Ottobre 2022 644

Offrire alle realtà agricole biologiche delle Marche un’opportunità concreta di innovazione grazie a strumenti digitali. È il cuore del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa agrobiologica Montebello, soggetto capofila, e realizzato grazie all’apporto scientifico dell’Università Politecnica delle Marche e alla partnership tecnologica di Apra – Var. I risultati del progetto verranno illustrati nel convegno conclusivo dal titolo “Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche”, in programma giovedì 27 ottobre alle ore 17.00 a Morro d’Alba (An) presso l’azienda vitivinicola Mario Lucchetti. L’evento è organizzato nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura.

“Il progetto Biocereals 4.0 – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell’agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità”.

Ad Univpm è stato affidato il compito di adattare lo strumento tecnologico alle esigenze della filiera agroalimentare. “La ricerca scientifica condotta nell’ambito del progetto – afferma il professor Raffaele Zanoli – offre soluzioni innovative per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sostenere la filiera dei seminativi biologici verso il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale stabiliti dalle strategie Farm to Fork e Biodiversity 2030. Vanno in questa direzione anche i corsi di laurea promossi dal Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali che mirano a formare laureati con una preparazione interdisciplinare, in grado di gestire la complessità delle filiere agroalimentari".

Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa "carica di innovazione", come spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare: "Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c'è il Decision Support System (DSS), una tecnologia previsionale che permette di supportare l'imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro."

Apriranno i lavori Davide Neri, direttore del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari ed ambientali di Univpm, e Pierfrancesco Fattori della Montebello. Le relazioni tematiche saranno affidate a Raffaele Zanoli di Univpm (ricerca scientifica), Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company (la tecnologia al servizio della filiera cerealicola) e ad Adriano Mancini di Univpm (intelligenza artificiale). Interverranno inoltre: Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Nunzio Isidoro, direttore dell'azienda agraria sperimentale "Pasquale Rosati" – Univpm e Francesco Torriani di Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare. Le conclusioni saranno affidate ad Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche; alla moderazione Francesco Solfanelli di Univpm.

Al termine è in programma un aperitivo degustazione con i vini della Cantina Lucchetti.

Per informazioni e adesioni: tel. 0721/720221; email segreteria@montebellobio.it .

In un'ottica di prevenzione da potenziale rischio di contagio da covid19, si consiglia di indossare la mascherina protettiva e di mantenere la distanza di sicurezza.

CONDIVIDI Facebook Twitter

Please enter your comment! Please enter your name here You have entered an incorrect email address! Please enter your email address here

Do il mio consenso affinché un cookie salvi i miei dati (nome, email, sito web) per il prossimo commento.

Δ

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Articoli recenti

Adriaeco è un osservatorio economico che affronta tematiche “marinare” e soprattutto presta attenzione ai territori che si affacciano sull’Adriatico e sullo Ionio, alla loro economia, alle loro esigenze, alla condivisione di sviluppo e idee.

Le notizie più lette

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/07/2023

agrapress.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 145
Utenti unici: 44.000

https://www.agrapress.it/2023/07/biologico-torriani-alleanza-coop-per-aumento-offerta-domanda-si-punti-su-filiere-cooperative

BIOLOGICO: TORRIANI (ALLEANZA COOP) PER AUMENTO OFFERTA/DOMANDA SI PUNTI SU FILIERE COOPERATIVE

“i dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022, che vedono scendere l’incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9% al 3,6%, rendono ancora piu’ impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda. un obiettivo duplice, che puo’ essere conseguito solo puntando sull’aggregazione, poiche’ in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualita’ a prezzi competitivi”, ha dichiarato il coordinatore del settore biologico di alleanza cooperative agroalimentari francesco TORRIANI nel corso del suo intervento al convegno ‘appuntamento con il bio” organizzato da ismea a l’aquila. ne da notizia un comunicato stampa di alleanza delle cooperative agroalimentari che cosi’ prosegue: “visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di alleanza cooperative ‘assume grande rilevanza l’impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal masaf di destinare il 25% delle risorse del V bando alle filiere biologiche. sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del piano d’azione nazionale recentemente varato dal ministero a sostegno dell’agricoltura biologica’. per quanto riguarda l’obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d’anni, e’ auspicabile secondo TORRIANI, ‘che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d’impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

agricola comune’. TORRIANI ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte piu’ grande rispetto a quelle dell’azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari). ‘cio’ smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta TORRIANI – secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall’azienda. le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende convenzionali. dal momento che incentivare la produzione con metodo biologico e’ una degli obiettivi principali che si e’ posta la commissione europa, risulta pertanto di fondamentale importanza sostenere tali imprese, che concentrano gran parte del valore della produzione, incrementando la domanda di prodotti biologici'”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/03/2023

suoloesalute.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 140
Utenti unici: 44.000

https://www.suoloesalute.it/si-riparte-un-progetto-per-la-digitalizzazione-delle-pmi/

“SI – RIPARTE”, UN PROGETTO PER LA DIGITALIZZAZIONE DELLE PMI

Un progetto del Pei Agri marchigiano per lo sviluppo e il test di un prototipo innovativo per la digitalizzazione rapida ed economica delle aziende agricole biologiche

Dare una risposta concreta al bisogno di digitalizzazione delle piccole e medie imprese della filiera biologica marchigiana. È l’obiettivo del progetto “Si–Riparte” (ovvero “sistemi digitali rapidi, innovativi e partecipati per l’integrazione delle pmi agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali”).

I partner

Il progetto vede la cooperativa Montebello come capofila referente dei produttori bio, insieme con l’Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche. L’iniziativa rientra nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura.

Filiere digitalmente connesse

«La filiera cerealicola biologica marchigiana ha di fronte due importanti sfide – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, ovvero garantire l’assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica». «È indispensabile che le piccole imprese agricole, colonna portante del biologico marchigiano, siano messe nelle condizioni di “connettersi digitalmente” con il resto della filiera. Su questo si concentra il progetto».

«La scarsa alfabetizzazione digitale delle imprese agricole – aggiunge Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche –, unita all’impossibilità di investire risorse economiche rilevanti, costituisce un’importante barriera alla

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

digitalizzazione».

Tracciabilità via smartphone

«La possibilità di effettuare un tracciamento automatico delle operazioni con dispositivi a basso costo e con ridotta interazione da parte dell'utente rappresenta una chiave di volta per avviare la transizione al digitale. In quest'ottica, il progetto Si-Riparte propone lo sviluppo e il test di un prototipo innovativo per la digitalizzazione rapida ed economica delle aziende agricole biologiche».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

11/05/2023

primarete.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 143
Utenti unici: 40.000

http://www.primarete.it/it/articolo/sabato-13-maggio-il-giro-d%e2%80%99italia-fa-tappa-a-fossombrone-culla-del-bio

SABATO 13 MAGGIO IL GIRO D'ITALIA FA TAPPA A FOSSOMBRONE, CULLA DEL BIO

In occasione della Bio Tappa il Consorzio Marche Bio si fa volano per far conoscere la filiera del biologico marchigiano

La 106esima edizione del Giro d'Italia arriva nelle Marche e fa tappa a Fossombrone, in Provincia di Pesaro e Urbino, culla del biologico. L'ottava giornata della manifestazione ciclistica più attesa dell'anno rende omaggio al territorio biologico, motivo per cui è stata denominata Bio Tappa. Per l'occasione il Consorzio Marche Biologiche organizza una giornata per far conoscere la filiera biologica marchigiana, i suoi prodotti e i suoi valori.

Dopo l'arrivo lo scorso anno a Jesi e ad Ascoli Piceno nel 2021, l'edizione 2023 approderà sabato 13 maggio attorno alle 15:45 a Fossombrone. Con i 60 km finali della tappa marchigiana gli atleti dovranno prima scalare le ascese dei Cappuccini, poi il Monte delle Cesane ed infine, dopo lo strappo di Montefelcino, affrontare la cima dei Cappuccini.

Sin dalla mattina Porte Aperte, in uno dei luoghi simbolo della filiera biologica regionale, la Gino Girolomoni cooperativa, con possibilità di visitare Pastificio, Molino e Monastero di Montebello, che insistono a pochi metri dal tracciato della famosa corsa ciclistica. Attraverso la visita guidata all'interno di uno degli ecosistemi più importanti del biologico italiano, con ritrovo alle ore 10:30 presso la sede della cooperativa (Via Strada delle Valli, 21 - Isola del Piano PU), sarà possibile fare un passo indietro nel tempo, ripercorrendo le tappe salienti della storia del più importante pioniere dell'agricoltura biologica della nostra regione, Gino Girolomoni, della sua famiglia, della sua cooperativa, che è diventata poi anche la storia del biologico in Italia.

Oltre 50 anni fa il fondatore dell'attuale cooperativa, oggi portata avanti da figli, soci e collaboratori aveva dato via a quel modo di fare bio che faceva riferimento ai

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

valori della civiltà contadina e ai principi dell'agroecologia, ancora validi per uno sviluppo sostenibile delle nostre campagne. La giornata di sabato permetterà ai curiosi di conoscere il processo di trasformazione del cereale biologico (grano duro, farro o grano turanico) in semola e pasta biologica di qualità. Dal pastificio si potrà successivamente visitare il Monastero di Montebello, luogo spirituale e culturale, la cui piantina topografica costituisce non a caso il logo della cooperativa Girolomoni. Proprio da qui, infatti, negli anni '70 iniziò il processo di rivitalizzazione della collina marchigiana ad opera del suo fondatore, trasformando quello che agli albori era solo un rudere in un cenacolo di uomini di cultura, fede e politica.

"Siamo felici che un evento importante come il Giro d'Italia possa trasformarsi in un vero e proprio momento di promozione dei valori e del territorio biologici marchigiani; – commenta Francesco Torriani, Presidente di Consorzio Marche Biologiche – si tratta di un modo per dare dignità alla cultura contadina, promuovendo la conoscenza dei processi di filiera in tutte le sue fasi, dalle lavorazioni in campo alle trasformazioni, fino ai prodotti finiti".

La circolazione dei veicoli sarà interdetta a partire dalle ore 11 e riprenderà alle ore 18 circa. In particolare il primo passaggio sul Colle dei Cappuccini è previsto per le ore 15:40, mentre il secondo passaggio a partire dalle ore 16:40.

L'evento rientra all'interno dell'ambito PSR Marche per lo sviluppo rurale 2014/2022.

Ulteriori info:

Evento 'La Bio Tappa passa per le origini' sulle pagine Facebook 'Girolomoni' e 'Consorzio Marche Bio' disponibile al link https://bit.ly/3nM4TBD

Gli spostamenti all'interno del sito produttivo si faranno a piedi.

Per info e prenotazioni segreteria Consorzio Marche Bio: +39 335 1274347

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

15/06/2023

primarete.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 134
Utenti unici: 40.000

http://www.primarete.it/it/articolo/agricoltura-biologica-visite-ai-campi-per-studiare-le-nuove-varieta-di-grano

AGRICOLTURA BIOLOGICA, VISITE AI CAMPI PER STUDIARE LE NUOVE VARIETÀ DI GRANO

Venerdì iniziativa tra Fano e Monte Porzio promossa dalle cooperative Girolomoni e Montebello con la Fondazione Seminare il Futuro

La cooperativa agricola Gino Girolomoni e Montebello cooperativa agrobiologica, in collaborazione con la Fondazione Seminare il Futuro, organizzano per venerdì 16 giugno una visita ai “campi prova” dove si studiano nuove varietà di grano duro biologico. L’appuntamento è alle ore 16 al Consorzio agrario di Fano per un’introduzione dedicata ai processi di selezione; a seguire i partecipanti si trasferiranno presso l’azienda agricola Solfanelli Giuliano (via Montegrappa, Monte Porzio PU) per la visita al campo di prova.

“La selezione di nuove varietà per il biologico e in biologico - spiega Francesco Torriani, agronomo responsabile della Montebello - è una sfida importante per l’innovazione di tutto il comparto dei seminativi. Per la nostra filiera, così come per l’evoluzione dell’agricoltura biologica italiana, coerentemente alla strategia europea Farm to Fork, è fondamentale investire nella ricerca sementiera, rispettando i tempi della natura e tenendo conto di tutto il processo, che coinvolge dagli agricoltori ai consumatori, nel quadro di una visione agro-ecologica”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Nel campo prova sarà possibile vedere dieci varietà di grano duro a confronto, tra cui “Inizio” e “Prossimo”, due nuove varietà particolarmente adatte per essere coltivate in biologico. “L’iniziativa – aggiunge Torriani - si inserisce all’interno di un programma di lavoro molto intenso volto ad arricchire la filiera del grano duro biologico di nuovi “attributi”, coniugando gli aspetti della produttività con quelli della sostenibilità, fattori sempre più importanti per la distintività dell’ecosistema Girolomoni”.

Parteciperà all’incontro Federica Bigongiali, direttrice della Fondazione Seminare il Futuro, per esporre i risultati di oltre cinque anni di ricerca sul campo, una ricerca guidata da un principio basilare: affrontare le nuove sfide di produttività, i cambiamenti climatici e l’implementazione dell’agricoltura biologica, partendo da varietà antiche e più recenti per arrivare a nuove sementi, attraverso tecniche d’incrocio tradizionali.

L’iniziativa è diretta a tecnici e agricoltori biologici; per motivi organizzativi è necessario prenotare telefonando allo 0721/720221 o scrivendo a segreteria@montebellobio.it. Dopo la visita, alle 19.30, è in programma alla locanda Girolomoni (Isola del Piano) un aperitivo cena per tutti i partecipanti.

Posizione azienda agricola Solfanelli Giuliano di Monte Porzio dove è localizzato il campo prova: https://goo.gl/maps/shYnb5Dheej3qBr8A - Coordinate 43°43'08.2"N 13°03'29.4"E.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/05/2023

agenfood.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 129
Utenti unici: 37.000

https://www.agenfood.it/eventi/il-giro-ditalia-fa-tappa-a-fossombrone-culla-del-bio/

Il Giro d'Italia fa tappa a Fossombrone, culla del bio

(Agen Food) – Fossombrone (PU), 09 mag. – La 106esima edizione del Giro d'Italia arriva nelle Marche e fa tappa a Fossombrone, in Provincia di Pesaro e Urbino, culla del biologico. L'ottava giornata della manifestazione ciclistica più attesa dell'anno rende omaggio al territorio biologico, motivo per cui è stata denominata Bio Tappa. Per l'occasione il Consorzio Marche Biologiche organizza una giornata per far conoscere la filiera biologica marchigiana, i suoi prodotti e i suoi valori.

Dopo l'arrivo lo scorso anno a Jesi e ad Ascoli Piceno nel 2021, l'edizione 2023 approderà sabato 13 maggio attorno alle 15:45 a Fossombrone. Con i 60 km finali della tappa marchigiana gli atleti dovranno prima scalare le ascese dei Cappuccini, poi il Monte delle Cesane ed infine, dopo lo strappo di Montefelcino, affrontare la cima dei Cappuccini.
Sin dalla mattina Porte Aperte, in uno dei luoghi simbolo della filiera biologica regionale, la Gino Girolomoni cooperativa, con possibilità di visitare Pastificio, Molino e Monastero di Montebello, che insistono a pochi metri dal tracciato della famosa corsa ciclistica.

Attraverso la visita guidata all'interno di uno degli ecosistemi più importanti del biologico italiano, con ritrovo alle ore 10:30 presso la sede della cooperativa (Via Strada delle Valli, 21 – Isola del Piano PU), sarà possibile fare un passo indietro nel tempo, ripercorrendo le tappe salienti della storia del più importante pioniere dell'agricoltura biologica della nostra regione, Gino Girolomoni, della sua famiglia, della sua cooperativa, che è diventata poi anche la storia del biologico in Italia.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Oltre 50 anni fa il fondatore dell'attuale cooperativa, oggi portata avanti da figli, soci e collaboratori aveva dato via a quel modo di fare bio che faceva riferimento ai valori della civiltà contadina e ai principi dell'agroecologia, ancora validi per uno sviluppo sostenibile delle nostre campagne. La giornata di sabato permetterà ai curiosi di conoscere il processo di trasformazione del cereale biologico (grano duro, farro o grano turanico) in semola e pasta biologica di qualità. Dal pastificio si potrà successivamente visitare il Monastero di Montebello, luogo spirituale e culturale, la cui piantina topografica costituisce non a caso il logo della cooperativa Girolomoni. Proprio da qui, infatti, negli anni '70 iniziò il processo di rivitalizzazione della collina marchigiana ad opera del suo fondatore, trasformando quello che agli albori era solo un rudere in un cenacolo di uomini di cultura, fede e politica.

"Siamo felici che un evento importante come il Giro d'Italia possa trasformarsi in un vero e proprio momento di promozione dei valori e del territorio biologici marchigiani; – commenta Francesco Torriani, Presidente di Consorzio Marche Biologiche – si tratta di un modo per dare dignità alla cultura contadina, promuovendo la conoscenza dei processi di filiera in tutte le sue fasi, dalle lavorazioni in campo alle trasformazioni, fino ai prodotti finiti".

L'evento rientra all'interno dell'ambito PSR Marche per lo sviluppo rurale 2014/2022.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/07/2023

cuoreeconomico.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 118
Utenti unici: 34.000

https://www.cuoreeconomico.com/torriani-alleanza-coop-agroalimentari-puntare-sulle-filiere-per-aumentare-disponibilita-dei-prodotti/

Torriani (Alleanza Coop Agroalimentari): "Puntare sulle filiere per aumentare disponibilità dei prodotti"

Resi noti i numeri del bio nel 2022 nel corso di un convegno organizzato da Ismea a L'Aquila. "Per stimolare la crescita dei consumi di bio puntare su programmi promozionali con risorse pubbliche e private", ha spiegato il Coordinatore settore biologico Torriani

I dati sui consumi dei prodotti biologici del 2022, che vedono scendere l'incidenza delle vendite bio sulla spesa agroalimentare complessiva dal 3,9 al 3,6 percento rendono ancora più impellente la richiesta avanzata dalla cooperazione di promuovere e incentivare la crescita delle produzioni biologiche sul territorio, sostenendo contestualmente anche la domanda.

Un obiettivo duplice, che può essere conseguito solo puntando sull'aggregazione, poiché in un contesto caratterizzato da una riduzione del potere di acquisto delle famiglie, sono solo le filiere efficienti quelle in grado di mettere sul mercato prodotti di qualità a prezzi competitivi".

Lo ha dichiarato il Coordinatore del settore Biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani nel corso del suo intervento al convegno Appuntamento con il "Bio" organizzato questa mattina da Ismea a L'Aquila, presso la sede del Consiglio Regionale alla presenza del Sottosegretario al Ministero dell'agricoltura Luigi D'Eramo. Destinare parte delle risorse all'agricoltura biologica

Visto il ruolo strategico che le filiere rivestono per la promozione del biologico, secondo il coordinatore di Alleanza Cooperative "assume grande rilevanza l'impegno che ci attendiamo venga mantenuto dal Ministero di destinare il 25% percento delle risorse del V Bando alle filiere biologiche.

Sarebbe veramente grave se tale impegno venisse disatteso e contraddirebbe gli obiettivi del Piano d'Azione nazionale recentemente varato dal Ministero a sostegno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

dell’agricoltura biologica”.

Per quanto riguarda l’obiettivo di far crescere i consumi di bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d’anni, è auspicabile secondo Torriani, “che sia le istituzioni pubbliche, che il privato, si impegnino in programmi promozionali d’impatto rivolti ai consumatori anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune”. Aziende bio crescono di dimensione

Torriani ha anche evidenziato un dato emerso dalla rilevazione Ismea, relativo alle aziende agricole biologiche, che risultano avere una dimensione media quasi tre volte più grande rispetto a quelle dell’azienda agricola convenzionale (28,4 ettari rispetto a 11 ettari).

“Ciò smentisce la tesi comunemente diffusa – commenta Torriani – secondo la quale le aziende biologiche sono di piccole dimensioni, poco strutturate e adatte soprattutto a vendere nel raggio di pochi chilometri dall’azienda.

Le aziende agricole biologiche hanno invece superfici coltivate importanti e una dimensione maggiore delle aziende convenzionali.

Dal momento che incentivare la produzione con metodo biologico è una degli obiettivi principali che si è posta la Commissione Europa, risulta pertanto di fondamentale importanza sostenere tali imprese, che concentrano gran parte del valore della produzione, incrementando la domanda di prodotti biologici”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/10/2022

anconanews.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 129
Utenti unici: 33.000

https://www.anconanews.it/2022/10/28/dai-droni-alle-app-il-biologico-marchigiano-che-guarda-al-futuro/

Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuro | AnconaNews

Dai droni alle app, il biologico marchigiano che guarda al futuro | AnconaNews28 Ottobre 2022 0 15

Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle app per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola. Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l'agricoltura biologica delle Marche ha avuto l'opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore. I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati ieri nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba presso l'azienda Mario Lucchetti. «Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello – è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano».

Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare. «In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema». Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte dell'ambizioso obiettivo dell'Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologico.
Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio. Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.
Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. «Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze».
Al convegno sono intervenuti inoltre Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm. L'esperienza di Biocereals 4.0 confluirà in un nuovo progetto che prenderà avvio alla fine di quest'anno e che proseguirà sulla strada della transizione ecologica e digitale delle aziende biologiche marchigiane.
Please enter your comment! Please enter your name here You have entered an incorrect email address! Please enter your email address here
Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.
Δ
Scarica la rivista MyAnKon
Questo portale, in quanto aggregatore automatico di news relative alla Citta di Ancona, non rappresenta una testata giornalistica in quanto viene aggiornato senza alcuna periodicita'. Non puo' pertanto considerarsi un prodotto editoriale ai sensi della legge n. 62 del 7/03/2001. I contenuti testuali e grafici (immagini), che sono per lo più prelevati da altri siti web, non intendono ledere i diritti ne l'onore delle persone citate ne quelli dei rispettivi autori. Pertanto, se un'immagine o un contenuto e' di tua proprietà e vuoi richiederne la rimozione contattaci.Contattaci:

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ARTICOLI POPOLARI

Politica del trattamento Privacy

Questo sito utilizza cookie tecnici e di terze parti per migliorare l'esperienza di navigazione sul nostro sito, compresi i cookie di altri profili per visualizzare pubblicità relative alle tue preferenze, analisi statistiche e facilitare l'interazione con i social network. Proseguendo con la navigazione, accetti l'utilizzo di detti cookie. Per ulteriori informazioni e per disabilitare i cookie, fai clic su Ulteriori informazioni. Necessary Necessary Sempre abilitato Necessary cookies are absolutely essential for the website to function properly. This category only includes cookies that ensures basic functionalities and security features of the website. These cookies do not store any personal information. Functional Functional Functional cookies help to perform certain functionalities like sharing the content of the website on social media platforms, collect feedbacks, and other third-party features. Performance Performance Performance cookies are used to understand and analyze the key performance indexes of the website which helps in delivering a better user experience for the visitors. Analytics Analytics Analytical cookies are used to understand how visitors interact with the website. These cookies help provide information on metrics the number of visitors, bounce rate, traffic source, etc. Advertisement Advertisement Advertisement cookies are used to provide visitors with relevant ads and marketing campaigns. These cookies track visitors across websites and collect information to provide customized ads. Others Others Other uncategorized cookies are those that are being analyzed and have not been classified into a category as yet. ACCETTA E SALVA ALTRE STORIE

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

14/05/2022

anconanews.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 130
Utenti unici: 33.000

https://www.anconanews.it/2022/05/14/francesco-torriani-e-il-nuovo-presidente-di-confcooperative-fedagripesca-marche/

Francesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche | AnconaNews

Francesco Torriani è il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche | AnconaNews14 Maggio 2022 0 11 3′ di lettura Ancona 14/05/2022 – Eletto dall'assemblea regionale delle 60 cooperative aderenti

È Francesco Torriani il nuovo presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche. È stato eletto dall'assemblea regionale dell'associazione che si è svolta ad Ancona, dedicata ai temi "Reddito, sostenibilità, energia e digitalizzazione. Il modello cooperativo è ancora attuale?". Torriani, 55 anni, è presidente di ConMarcheBio, Consorzio Marche Biologiche. Subentra a Patrizia Marcellini alla guida dell'associazione che conta 60 cooperative agricole e di pesca, con 4.700 soci, 1.260 occupati e un fatturato di 423 milioni di euro. Fra le prime questioni da affrontare, ha detto Torriani dopo l'elezione, la valorizzazione del ruolo della cooperativa agricola e di pesca come produttore di cibo sano, il rapporto fra produttori e consumatori e il riconoscimento della giusta remunerazione del lavoro agricolo e della pesca.

"Oggi più che mai l'impresa cooperativa è idonea ad affrontare le sfide del nostro tempo proprio perché unisce le forze del pensiero e dell'azione – ha detto Marcellini nella sua relazione di fine mandato -, nel comune obiettivo di raggiungere lo scopo per cui è nata e aiutare i propri soci a crescere nel rispetto dell'ambiente e del lavoro, tenendosi lontana dalla corruzione". E, ha ricordato Marcellini, "come ha detto Papa Francesco quando ci ha ricevuti: 'La cooperazione è quella cosa con la quale uno più uno fa tre'".

Sull'attualità del modello cooperativo, il vicepresidente della Regione Marche, Mirco Carloni, ha sottolineato come "sia purtroppo un modello che rischia di non andare avanti se non verranno ripensate le politiche di programmazione, specialmente europee, sia per l'agricoltura sia per la pesca. Entrambi i settori hanno sì bisogno di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

essere sostenibili ma non solo nel senso ambientale. La cooperazione agricola e della pesca deve potersi caratterizzare di una sostenibilità ‘olistica’, che consenta di valorizzare e retribuire equamente le aziende e i lavoratori. La Regione crede nella cooperazione e cerca di proporre misure adeguate che vadano in questa direzione”.
Unanime, da parte dell’assemblea, il riconoscimento all’impegno di Patrizia Marcellini sia a livello regionale sia a livello nazionale. In particolare del presidente di Confcooperative Marche, Massimo Stronati, che ha sottolineato “il valore del suo lavoro costante per questi settori e per le donne cooperatrici”. Stronati ha augurato buon lavoro “al presidente Torriani che apre un nuovo ed atteso corso anche in virtù della grande spinta della Regione verso il biologico”. Fra le emergenze della cooperazione agricola e della pesca rimane quella del caro-energia.
“Rischiamo di dover fermare i pescherecci – ha detto Giuseppe Micucci, coordinatore Confcooperative Fedagripesca Marche settore Pesca – perché non si riesce più a creare economia. Occorre ripensare alla politica per il settore, per salvare non solo il mare ma anche i pescatori”. La cooperazione, ha affermato Paolo Tiozzo, vicepresidente nazionale Confcooperative Fedagripesca settore Pesca, “è l’unica che può fare la differenza in un Paese in cui la passione e la cultura del cibo hanno così tanto valore”. “Il nostro compito, di cooperatori, è quello di assicurare il cibo a tutti – ha detto Giorgio Mercuri, presidente nazionale Confcooperative Fedagripesca -, dobbiamo poter continuare ad essere e rappresentare, a livello nazionale e internazionale, quello che c’è di più buono nel Made in Italy”.
Please enter your comment! Please enter your name here You have entered an incorrect email address! Please enter your email address here
Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.
Δ
Scarica la rivista MyAnKon
Questo portale, in quanto aggregatore automatico di news relative alla Citta di Ancona, non rappresenta una testata giornalistica in quanto viene aggiornato senza alcuna periodicita’. Non puo’ pertanto considerarsi un prodotto editoriale ai sensi della legge n. 62 del 7/03/2001. I contenuti testuali e grafici (immagini), che sono per lo più prelevati da altri siti web, non intendono ledere i diritti ne l’onore delle persone citate ne quelli dei rispettivi autori. Pertanto, se un’immagine o un contenuto e’ di tua proprietà e vuoi richiederne la rimozione contattaci.Contattaci:
ARTICOLI POPOLARI
Politica del trattamento Privacy

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Questo sito utilizza cookie tecnici e di terze parti per migliorare l'esperienza di navigazione sul nostro sito, compresi i cookie di altri profili per visualizzare pubblicità relative alle tue preferenze, analisi statistiche e facilitare l'interazione con i social network. Proseguendo con la navigazione, accetti l'utilizzo di detti cookie. Per ulteriori informazioni e per disabilitare i cookie, fai clic su Ulteriori informazioni. Necessary Necessary Sempre abilitato Necessary cookies are absolutely essential for the website to function properly. This category only includes cookies that ensures basic functionalities and security features of the website. These cookies do not store any personal information. Functional Functional Functional cookies help to perform certain functionalities like sharing the content of the website on social media platforms, collect feedbacks, and other third-party features. Performance Performance Performance cookies are used to understand and analyze the key performance indexes of the website which helps in delivering a better user experience for the visitors. Analytics Analytics Analytical cookies are used to understand how visitors interact with the website. These cookies help provide information on metrics the number of visitors, bounce rate, traffic source, etc. Advertisement Advertisement Advertisement cookies are used to provide visitors with relevant ads and marketing campaigns. These cookies track visitors across websites and collect information to provide customized ads. Others Others Other uncategorized cookies are those that are being analyzed and have not been classified into a category as yet. ACCETTA E SALVA ALTRE STORIE
7 Febbraio 2023

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

ismea.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 462
Utenti unici: 32.000

https://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/12479

La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella. La campagna di comunicazione istituzionale targata MASAF e realizzata da ISMEA è stata presentata oggi ufficialmente al Sana

Bologna, 7 settembre 2023 - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.
Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).
Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

TEATRO NATURALE

EAV: € 461
Utenti unici: 32.000

Argomento: Consorzio

https://www.teatronaturale.it/tracce/italia/40456-ora-bisogna-promuovere-il-consumo-di-alimenti-biologici.htm

Ora bisogna promuovere il consumo di alimenti biologici

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.
Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).
Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/05/2022

agricolturabio.info

Argomento: Consorzio

EAV: € 117
Utenti unici: 32.000

https://www.agricolturabio.info/eventi-2/e-lora-dellagricoltura-bio-a-roma-il-convegno/

E' l'ora dell'agricoltura bio. A Roma il convegno | AgricolturaBio.info

E' l'ora dell'agricoltura bio. A Roma il convegno | AgricolturaBio.info4 Maggio 2022

15:15 Tavola Rotonda Le opportunità aperte dalla legge: come l'agricoltura biologica incontra le necessità economiche del Paese Maria Chiara Gadda – Deputata Mino Taricco – Senatore Roberto Zanoni – presidente ASSOBIO Carlo Triarico – Presidente Associazione per l'Agricoltura Biodinamica Barbara Nappini – Presidente Solw Food Italia Giuseppe Romano – Presidente AIAB Francesco Torriani – Presidente Consorzio marche Biologiche
16:15 Tavola Rotonda Il Piano d'Azione per il Biologico: come impiegare le risorse per rafforzare agricoltura e territori, di fronte alle crisi di approvigionamento e alla minaccia climatica Susanna Cenni – Vicepresidente Commissione Agricoltura Camera dei Deputati Pasquale Maglione – Deputato Maria Grazia Mammuccini – Presidente Federbio Giuseppe Romano – Presidente AIAB Francesco Torriani – Presidente Consorzio Marche Biologiche
17:30 – Conclusioni
Modera Tonia Cartolano – Sky TG24
Scrive per noi
Redazione
"Agricolturabio.info" è un periodico d'informazione sull'agricoltura che innova nel segno della rigenerazione ambientale, della qualità biologica e biodinamica, del rispetto per chi produce, trasforma e consuma. Esce sul web con aggiornamenti plurisettimanali, ogni tre mesi su carta e in digitale con gli approfondimenti di "Agricolturabio Dossier".
Ultimi articoli
Continue Reading
Regolamento
Mi iscrivo alla newsletter di Agricolturabio.info e acconsento al trattamento dei dati personali ai sensi degli articoli 13-14 del GDPR 2016/679

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Mi iscrivo alla newsletter di Apab Istituto di formazione e acconsento al trattamento dei dati personali ai sensi degli articoli 13-14 del GDPR 2016/679 .

Bioagenda

Il progetto

“AgricolturaBio.info” è una piattaforma di comunicazione del progetto Valbioagri interamente finanziato nell’ambito della sottomisura 1.2 “Sostegno e attività dimostrative e azioni d’informazione”, Piano di Sviluppo rurale 2014-2020 della Regione Toscana, Fondo Europeo per l’Agricoltura e lo sviluppo rurale: l’Europa investe nelle zone rurali. Racconta l’agricoltura che innova nel segno della rigenerazione ambientale, della qualità biologica e biodinamica, del rispetto per chi produce, trasforma e consuma. Esce sul web con aggiornamenti plurisettimanali, ogni tre mesi su carta e in digitale con gli approfondimenti di “AgricolturaBio Dossier”. Direttore: Carlo Triarico

Dove siamo

Iscriviti e ricevi le notizie!

Inserisci il tuo indirizzo e-mail per ricevere via e-mail le notifiche di nuovi articoli.

Indirizzo e-mail

Parliamo di…

Cookie e privacy

Il nostro sito utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza di navigazione. Accetto Rifiuto Leggi di più Privacy & Cookies Policy Chiudi

Privacy Overview

This website uses cookies to improve your experience while you navigate through the website. Out of these cookies, the cookies that are categorized as necessary are stored on your browser as they are essential for the working of basic functionalities of the website. We also use third-party cookies that help us analyze and understand how you use this website. These cookies will be stored in your browser only with your consent. You also have the option to opt-out of these cookies. But opting out of some of these cookies may have an effect on your browsing experience. Necessario Necessario Sempre abilitato

Necessary cookies are absolutely essential for the website to function properly. This category only includes cookies that ensures basic functionalities and security features of the website. These cookies do not store any personal information.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

GustoH24

Rapporto Bio: sale la quota di superfici coltivate, ma i consumi non tengono il passo Lug 7, 2023

07/07/2023 08:20 Donato Troiano

Si è tenuto presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto "Bio in cifre", realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari durante il convegno "Appuntamento con il bio" L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica , che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza , concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione. Intanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre , -afferma una nota stampa- il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo , e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/07/2023

gustoh24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 127
Utenti unici: 32.000

Rapporto Bio: sale la quota di superfici coltivate, ma i consumi non tengono il passo

Si è tenuto presso il Palazzo dell'Emiciclo dell'Aquila, sede del Consiglio regionale dell'Abruzzo, la presentazione in anteprima del Rapporto Bio in cifre, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari durante il convegno Appuntamento con il bio L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione.25% delle superfici investite a BioIntanto, come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, -afferma una nota stampa- il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 ci restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di inflazione. Segnali più incoraggianti provengono invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.Sono queste in estrema sintesi le principali evidenze che provengono dall'ultimo rapporto Bio in cifre relativo al 2022, realizzato da ISMEA e da Ciheam Bari e presentato in anteprima oggi all'Aquila, presso il Palazzo dell'Emiciclo, durante il convegno Appuntamento con il bio, che torna a un anno di distanza dall'incontro organizzato Roma a luglio scorso, per fare il punto sulle principali dinamiche e prospettive del settore alla presenza dei rappresentanti istituzionali e delle associazioni. Molti gli interventi e i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi a cura di Emanuele Imprudente Assessore all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta Assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti Commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo e, infine, al Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobrigida.L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata, come di consueto, a cura di Fabio Del Bravo Responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri Dirigente Ufficio PQAI1del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini Presidente Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia Presidente Cia-Anabio, Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila, Angelo Candita Presidente regionale Confederazioen italiana Liberi agricoltori, Alessandroi Bucciarelli Presidente verde Abruzzo Onlus.L'agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell'attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti ha dichiarato il neo Commissario Straordinario dell'ISMEA Avv. Livio Proietti. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano.L'Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa ha affermato il sottosegretario di Stato al Masaf, Luigi D'Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l'interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l'obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L'Aquila ha concluso il sottosegretario Masaf ha offerto l'occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne.Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l' equilibrio sociale ha dichiarato il Ministro dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un'attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l'elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi ha chiosato il Ministro che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall'altra proteggerci da meccanismi fuorvianti. Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio La significativa crescita delle produzioni bio in Italia rappresenta un segnale chiaro della fiducia da parte degli agricoltori nel biologico ha dichiarato Maria Grazia Mammuccini, Presidente FederBio Questi segnali positivi devono, tuttavia, trovare un adeguato riscontro anche dal punto di vista dei consumi che, invece, stanno segnando il passo. È necessario, dunque, un impegno ancora maggiore nello sviluppo di campagne di sensibilizzazione che, oltre a rivolgersi ai cittadini, coinvolgano anche nuovi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comparti come, per esempio, l'Horeca, che può rappresentare a tutti gli effetti un ambasciatore del biologico. Il marchio made in Italy, la sostenibilità e la qualità certificata della nostra produzione bio sono elementi di valore unici sui quali puntare per stimolare le scelte dei cittadini. Naturalmente, è poi essenziale che la transizione agroecologica, che ci deve portare a raggiungere l'obiettivo del 25% al 2027, sia sostenuta con investimenti e strategie mirate che prevedano la concertazione di tutte le programmazioni, dal Piano strategico Nazionale della PAC al PNRR da integrare nel Piano d'azione per il bio. Abbiamo oggi un'opportunità unica per fare del biologico il paradigma agricolo di riferimento, generando effetti positivi sulla mitigazione del cambiamento climatico, sulla valorizzazione dei territori e delle aree interne e sulla creazione di nuove opportunità di occupazione, in particolare per i giovani e le donne.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

targatocn.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 450
Utenti unici: 31.000

https://www.targatocn.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/07/2023

it.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 125
Utenti unici: 31.000

https://it.italy24.press/local/504882.html

I PRODOTTI BIOLOGICI CRESCONO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENONO IL PASSO

L'AQUILA – Il biologico italiano, che ha raggiunto il 19% delle superfici coltivate, si avvicina al target Ue del 25% ma i consumi non tengono il passo: in questo senso segnali più incoraggianti sono stati scelti invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici locali, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che dichiarano di aver proposto o utilizzato cibi, bevande e materie prime biologiche nelle loro preparazioni culinarie nel corso del 2022.

E' quanto emerso dai lavori del convegno nazionale "Appuntamento con il bio" promosso da Ismea e svoltosi oggi a L'Aquila. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero delle Politiche Agricole, Sovranità Alimentari e Forestali, della Regione Abruzzo e del Comune dell'Aquila e di Associazioni e Organizzazioni professionali di settore.

Numerosi sono stati gli interventi ei contributi tecnici che si sono succeduti durante l'intensa mattinata di lavoro, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele imprudentevicepresidente con delega all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabricio Tarantaassessore all'ambiente, agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate all'on Livio Proetti, nuovo commissario straordinario dell'Ismea, al Sottosegretario di Stato alla Masaf Luigi D'Eramo.

Il Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida intervenuto a distanza.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

L’illustrazione in cifre dei principali dati del Bio Report è stata curata da Fabio Del Bravocapo dell’Assessorato ai Servizi di Sviluppo Rurale dell’ISMEA, mentre Antonio Zinni, dell’Assessorato Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del “Complemento Sviluppo Rurale Abruzzo” per lo sviluppo del biologico e Pietro Gasparri – Dirigente dell’Ufficio PQAI1 di Masaf, ha presentato gli interventi del Piano Nazionale di Azione per il settore biologico.

“L’agricoltura biologica è un cardine della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare di pari passo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tiene conto della necessità di mantenere l’equilibrio sociale – ha dichiarato il Ministro dell’Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo visto crescere l’attenzione in Italia per il settore biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici che culturali, valorizzando il legame tra territorio, alimentazione e salute, attraverso un modello attento al lavoro e che persegua sempre l’elemento della qualità. Quella stessa qualità che viene messa in discussione dai sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Basti pensare – ha commentato il Ministro – che secondo Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iperlavorato. Il nostro compito è quindi quello di incentivare questo settore da un lato e di proteggerci da meccanismi fuorvianti dall’altro”.

“L’Italia crede nel biologico e consolida la sua leadership in Europa – ha affermato il sottosegretario D’Eramo -. Lo confermano i dati del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate in biologico rappresentano quasi il 19% della superficie agricola utilizzabile totale. Un risultato che proietta il nostro Paese al raggiungimento del target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Cresce anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per il biologico uno strumento importante per sostenere lo sviluppo del il settore. Positivo l’interesse mostrato per il canale Ho.re.ca, in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l’obiettivo nei prossimi mesi sarà il rilancio dei consumi domestici. L’aver presentato il rapporto a L’Aquila – ha concluso il sottosegretario Masaf – ha offerto l’occasione per evidenziare il contributo che l’agricoltura biologica può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne”.

“L’agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

protagonista dell'attuale programmazione Pac, che pone il nostro Paese ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti – ha dichiarato il nuovo commissario a sua volta Progetto. L'appuntamento odierno ribadisce l'attenzione di ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di categoria, al fine di fornire un sostegno allo sviluppo dell'agricoltura biologica e, in generale, dell'agricoltura italiana settore alimentare". Dice invece il vicepresidente Imprudente: I dati sulla crescita dell'agricoltura biologica per la nostra regione sono confortanti, l'obiettivo è continuare su questa strada per raggiungere al più presto l'obiettivo europeo del 25% di terra rispetto all'attuale 15% . Non a caso abbiamo messo a disposizione delle imprese 50 milioni con il nuovo programma di sviluppo rurale, il 40% in più rispetto ai programmi precedenti. Nella consapevolezza che la qualità del cibo e la sostenibilità delle produzioni è un aspetto centrale del progetto multidisciplinare Abruzzo regione del Benessere, esso potrà determinare ricadute in termini di conquista dei mercati, competitività delle nostre imprese e creazione di posti di lavoro ".

Aggiungendo: "la quota maggiore di agricoltura biologica in Abruzzo riguarda il settore vitivinicolo e poi quello dell'olio, uno degli obiettivi è quello di valorizzare l'agricoltura biologica nel settore zootecnico, per garantire la massima qualità delle carni e degli altri prodotti".

Il tanto atteso Piano Nazionale per la produzione biologica, che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, infatti si è concluso il processo di ascolto delle parti coinvolte. "Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che mira a valorizzare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva su innovazione, digitalizzazione, aggregazione, semplificazione amministrativa e promozione – si legge in una nota di Ismea.

Come evidenziato dagli ultimi dati del Bilancio Biologico in cifre, il settore biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite in agricoltura biologica, previsto dalla Strategia Farm to Fork entro il 2030, con 6 regioni che hanno già superato questo obiettivo, e un'incidenza media è balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. Parallelamente, il numero degli

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

operatori (produttori, trasformatori e importatori) continua a crescere a ritmi piuttosto sostenuti, confermando l'Italia al primo posto posto in Europa per numero di aziende biologiche certificate e sui gradini del podio anche per l'estensione del biologico SAU. Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che faticano a riprendere slancio. "La spesa domestica, seppur in ripresa in un deludente 2021, non soddisfa pienamente le attese, crescendo a un ritmo più lento del comparto agroalimentare complessivo e del tasso di ricchezza – prosegue la nota -.

A seguire, la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna cui hanno partecipato Maria Grazia Mammuccini Presidente FederBio, Nicoletta Maffini, presidente dell'Assobio, Giuseppe Romano Presidente AIAB, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperativa Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia, presidente CIA – Anabio, Maria Letizia Gardoni presidente di Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa presidente dei Giovani Confagricoltura Aquila.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

ITALIAFRUIT NEWS

EAV: € 455
Utenti unici: 31.000

Argomento: Consorzio

https://www.italiafruit.net/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa

La salute del Pianeta passa dalla tua spesa - Italiafruit News

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.
Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).
Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. “Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

01/07/2023

it.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 99
Utenti unici: 31.000

https://it.italy24.press/local/492297.html

Cosa c’è dietro una buona pasta, ne parliamo con il Consorzio Marche Bio

Sabato 1 luglio alle 16.30 presso il Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU) un incontro dedicato agli aspetti produttivi e alle qualità nutrizionali, anche per sfatare alcuni falsi miti

Cosa rende la pasta un prodotto buono e salutare? Per parlare di aspetti produttivi e nutrizionali, e sfatare anche alcune false credenze, il Consorzio Marche Biologico organizza un incontro dal titolo “Grani e pasta: origine, lavorazioni e proprietà. Tra falsi miti e benefici reali, per una spesa consapevole”.

L’incontro sarà introdotto da Francesco Torriani, presidente del Consorzio Biologico delle Marche, e Pierfrancesco Fattori, presidente della Cooperativa Agrobiologica di Montebello. Daniela Bellini, responsabile qualità della Cooperativa Girolomoni, racconterà l’esperienza di un ecosistema dove i saperi di contadini, pastai e mugnai si intrecciano da oltre 50 anni, mentre l’Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere si concentrerà sui fabbisogni metabolici e nutrizionali dell’organismo e sul ruolo degli alimenti che contengono carboidrati, sulle modalità con cui i processi produttivi influiscono sul prodotto finito e sui grani antichi.

“Con questa iniziativa – sottolinea il presidente di ConMarcheBio, Francesco Torriani – vogliamo contribuire a sensibilizzare il consumatore, informandolo su quei processi che impattano sulla qualità, sul gusto e sulle proprietà nutritive di un prodotto. Le Marche hanno un grande patrimonio nel settore biologico basato sui concetti di sana alimentazione e sviluppo sostenibile; come Consorzio siamo al fianco degli agricoltori per sostenerli non solo nei processi di innovazione e nel lavoro di filiera,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ma anche nel far percepire questi valori nelle scelte di acquisto”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/06/2023

it.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 102
Utenti unici: 31.000

https://it.italy24.press/local/432882.html

Anche il ministro Lollobrigida per il compleanno di TreValli: “60 anni di crescita”

FANO – Si è cominciato con la partecipazione all’incontro del n Albergo Tar organizzato da Tre Valli cooperlat la visita di ieri a Fano del Il ministro dell’Agricoltura Francesco Lollobrigidache ha voluto essere presente ai festeggiamenti per i 60 anni di un’azienda marchigiana che, nata a Macerata, è diventata il terzo gruppo lattiero-caseario d’Italia aggregando tanti piccoli caseifici cooperativi e numerosi allevatori sparsi nelle Marche (presenti anche in Colli al Metauro), acquisendo poi nuove realtà su scala nazionale, moltiplicando gli investimenti e coniugando innovazione e tradizione, come riconosce anche Francesco Torriani, presidente di Confcooperative Fedagripesca Marche.

Oggi opera in 6 regioni italiane e realizza un fatturato di circa 245 milioni di euro, di cui il 24% all’estero. Il Ministro Lollobrigida è stato accolto dal presidente della società Piero Cimarelli che ha relazionato sull’attività della società e ha evidenziato le esigenze del settore. Soprattutto la necessità di difendere i nostri prodotti e distinguerli dalla concorrenza portata da altri Paesi ai consumatori. Con lui hanno parlato anche il presidente della commissione agricoltura della Camera dei deputati Mirco Carloni e il presidente del consiglio regionale Francesco Acquaroli. Il ministro si è congratulato con TreValli per i risultati raggiunti; le riconosce il merito di aver puntato soprattutto sulla qualità dei suoi prodotti che ormai si trovano anche in numerosi paesi esteri: Turchia, Corea del Sud, Francia, Grecia, Germania, Arabia Saudita, Svizzera, Egitto. «Noi – ha dichiarato Lollobrigida – siamo conosciuti nel mondo come il Paese della qualità, con grande successo in termini commerciali; dobbiamo però insistere affinché cittadini e consumatori siano messi in grado di fare

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

le loro scelte attraverso una corretta informazione e questo è uno dei compiti che ci siamo assunti per difendere i nostri prodotti a livello europeo».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

27/01/2023

DIGITAL VOICE

EAV: € 105
Utenti unici: 28.000

Argomento: Consorzio

https://www.digitalvoice.it/progetto-biocereals-4-0-lagricoltura-biologica-delle-marche-guarda-il-futuro-2/

Progetto Biocereals 4.0 : l'agricoltura biologica delle Marche guarda il futuro - Digitalvoice

Progetto Biocereals 4.0 : l'agricoltura biologica delle Marche guarda il futuro - Digitalvoice

Dall'impiego di droni per monitorare la salute delle piante alle app per caricare direttamente dal campo tante informazioni utili alla gestione dell'attività agricola. Grazie al progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa Montebello (ecosistema Girolomoni) insieme con l'Università Politecnica delle Marche e Apra – Var, l'agricoltura biologica delle Marche ha avuto l'opportunità di testare una serie di strumenti digitali per innovare il settore. I risultati del progetto, realizzato grazie ai fondi Psr messi a disposizione dalla Regione Marche, sono stati illustrati ieri nel corso del convegno "Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche" che si è tenuto a Morro d'Alba (An) presso l'azienda Mario Lucchetti.

"Il progetto Biocereals 4.0 – ha sottolineato Pierfrancesco Fattori (NELLA FOTO) , presidente della Montebello – è stato importante per capire che questi nuovi strumenti rispondono a un bisogno concreto delle aziende e che è necessario sviluppare una serie di servizi per favorire il lavoro in rete. Dunque digitalizzazione e consulenza saranno concetti fondamentali per il futuro del bio marchigiano".

Il progetto è stato realizzato in tre anni di lavoro ed ha visto l'Università Politecnica delle Marche sviluppare una intensa attività di ricerca per applicare le nuove tecnologie alla filiera agroalimentare.

"In agricoltura biologica – ha detto Raffaele Zanoli, professore di Economia agraria

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

alla Politecnica – le difese sono naturali, per questo gli strumenti per prevedere infestazioni e malattie sono particolarmente importanti. La digitalizzazione consente risparmi e controllo, anche se il digital divide è ancora un problema". Zanoli ha tracciato un quadro delle risorse per la ricerca, risorse limitate a fronte dell'ambizioso obiettivo dell'Unione europea di avere entro 2030 il 25% della superficie agricola complessiva trattato con metodo biologico.

Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company ha illustrato gli strumenti adottati in Biocereals 4.0, tra cui i sistemi per gestire normative e contratti, per compiere scelte ragionate sulla programmazione delle semine, per raccogliere dati direttamente sul campo e orientare le decisioni, per controllare in tempo reale i processi di conferimento dei cereali e la situazione nei centri di stoccaggio. Francesco Maria Martini di Univpm si è concentrato sul ruolo dell'intelligenza artificiale e della sensoristica avanzata, che grazie ad un monitoraggio costante sulla salute della piante consentono di intervenire tempestivamente e anche di sviluppare modelli predittivi.

Ma perché il bio entri nel futuro servono scelte di fondo. "Il quadro generale è favorevole al bio e alla transizione ecologica – ha detto Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare – ma saranno in pochi a cogliere queste opportunità se non superiamo il problema che sta alla base: la frammentazione nella produzione. L'innovazione va realizzata in termini di sistema, coinvolgendo tutta la filiera, anche sul piano delle conoscenze e delle competenze."

Al convegno sono intervenuti inoltre Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativa Girolomoni; Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche, e Francesco Solfanelli di Univpm.

PA Gen 25, 2023

INNOVAZIONE Gen 20, 2023

Share this…

DIGITALVOICE.IT Testata di informazione registrata Tribunale/To (autoriz. N.3 del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

5/2/2016) Tutti i Diritti Riservati REA TO-993268 P.IVA 06308980017 Cookies Preferences

Share Buttons

Facebook

Pinterest

Twitter

Linkedin

Recent

Digitalvoice ® 2016 - Tutti i Diritti Riservati

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

ilcentrotirreno.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 408
Utenti unici: 25.000

https://ilcentrotirreno.it/sito/sostenibilita/136313-la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del

+6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/06/2023

nonsoloflaminia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 78
Utenti unici: 23.000

https://www.nonsoloflaminia.it/index.php/2023/06/30/cosa-ce-dietro-una-buona-pasta-se-ne-parla-con-il-consorzio-marche-biologiche-a-isola-del-piano/

Cosa c'è dietro una buona pasta, se ne parla con il Consorzio Marche Biologiche a Isola del Piano

Sabato 1 luglio alle 16.30 al Monastero di Montebello di Isola del Piano un incontro dedicato ad aspetti produttivi e qualità nutrizionali, anche per sfatare qualche falso mito Cos'è che rende la pasta un prodotto buono e sano? Per raccontare aspetti produttivi e nutrizionali, e sfatare anche qualche falsa credenza, il Consorzio Marche Biologiche organizza per sabato 1 luglio alle 16.30, al Monastero di Montebello di Isola del Piano (PU) un incontro dal titolo "Grani e paste: origine, processi e proprietà. Tra falsi miti e reali benefici, per una spesa consapevole". Introdurranno l'incontro Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche, e Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello Cooperativa Agrobiologica. Daniela Bellini, responsabile qualità della Cooperativa Girolomoni, racconterà l'esperienza di un ecosistema dove da oltre 50 anni si intrecciano i saperi di agricoltori, pastai e mugnai, mentre l'Associazione Nutrizionisti Senza Frontiere si concentrerà sulle necessità metaboliche e nutritive dell'organismo e sul ruolo degli alimenti che contengono carboidrati, sulle modalità con cui i processi produttivi influenzano il prodotto finito, e sui grani antichi. "Con questa iniziativa – sottolinea il presidente di ConMarcheBio, Francesco Torriani – vogliamo contribuire a rendere il consumatore più consapevole, informandolo su quei processi che hanno un impatto sulla qualità, sul gusto e sulle proprietà nutritive di un prodotto. Le Marche hanno un grande patrimonio nel settore biologico basato sui concetti di alimentazione sana e sviluppo sostenibile; come Consorzio siamo al fianco degli agricoltori per sostenerli non solo nei processi di innovazione e nel lavoro in filiera, ma anche nel far percepire questi valori nelle scelte di acquisto". All'incontro seguirà un aperitivo al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

tramonto, a far da cornice il panorama mozzafiato che si gode dal Monastero. È gradita la prenotazione ai seguenti contatti: eventi@conmarchebio.it; 0721 720334 (segreteria ConMarcheBio). Link per seguire l'evento online: https://bit.ly/con-marche-bio-diretta-workshop Moretti Comunicazione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

14/06/2023

nonsoloflaminia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 81
Utenti unici: 23.000

https://www.nonsoloflaminia.it/index.php/2023/06/14/agricoltura-biologica-a-monte-porzio-visite-ai-campi-per-studiare-le-nuove-varieta-di-grano/

Agricoltura biologica, a Monte Porzio visite ai campi per studiare le nuove varietà di grano

Venerdì iniziativa tra Fano e Monte Porzio promossa dalle cooperative Girolomoni e Montebello con la Fondazione Seminare il Futuro La cooperativa agricola Gino Girolomoni e Montebello cooperativa agrobiologica, in collaborazione con la Fondazione Seminare il Futuro, organizzano per venerdì 16 giugno una visita ai "campi prova" dove si studiano nuove varietà di grano duro biologico. L'appuntamento è alle ore 16 al Consorzio agrario di Fano per un'introduzione dedicata ai processi di selezione; a seguire i partecipanti si trasferiranno presso l'azienda agricola Solfanelli Giuliano (via Montegrappa, Monte Porzio) per la visita al campo di prova. "La selezione di nuove varietà per il biologico e in biologico – spiega Francesco Torriani, agronomo responsabile della Montebello – è una sfida importante per l'innovazione di tutto il comparto dei seminativi. Per la nostra filiera, così come per l'evoluzione dell'agricoltura biologica italiana, coerentemente alla strategia europea Farm to Fork, è fondamentale investire nella ricerca sementiera, rispettando i tempi della natura e tenendo conto di tutto il processo, che coinvolge dagli agricoltori ai consumatori, nel quadro di una visione agro-ecologica". Nel campo prova sarà possibile vedere dieci varietà di grano duro a confronto, tra cui "Inizio" e "Prossimo", due nuove varietà particolarmente adatte per essere coltivate in biologico. "L'iniziativa – aggiunge Torriani – si inserisce all'interno di un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

programma di lavoro molto intenso volto ad arricchire la filiera del grano duro biologico di nuovi “attributi”, coniugando gli aspetti della produttività con quelli della sostenibilità, fattori sempre più importanti per la distintività dell’ecosistema Girolomoni”. Parteciperà all’incontro Federica Bigongiali, direttrice della Fondazione Seminare il Futuro, per esporre i risultati di oltre cinque anni di ricerca sul campo, una ricerca guidata da un principio basilare: affrontare le nuove sfide di produttività, i cambiamenti climatici e l’implementazione dell’agricoltura biologica, partendo da varietà antiche e più recenti per arrivare a nuove sementi, attraverso tecniche d’incrocio tradizionali. L’iniziativa è diretta a tecnici e agricoltori biologici; per motivi organizzativi è necessario prenotare telefonando allo 0721/720221 o scrivendo a segreteria@montebellobio.it. Dopo la visita, alle 19.30, è in programma alla locanda Girolomoni (Isola del Piano) un aperitivo cena per tutti i partecipanti. Posizione azienda agricola Solfanelli Giuliano di Monte Porzio dove è localizzato il campo prova: https://goo.gl/maps/shYnb5Dheej3qBr8A – coordinate 43°43’08.2″N 13°03’29.4″E. Moretti Comunicazione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/03/2023

nonsoloflaminia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 79
Utenti unici: 21.000

https://www.nonsoloflaminia.it/index.php/2023/03/26/il-bio-delle-marche-ancora-piu-smart-presentato-a-montefelcino-il-progetto-si-riparte/

Il bio delle Marche ancora più smart, presentato a Montefelcino il progetto “Si–riparte”

Tecnologie digitali per rendere più competitive le imprese della filiera cerealicola. Un’iniziativa condotta nell’ambito del PSR Marche dalla cooperativa Montebello insieme con il Consorzio Marche Biologiche, Univpm e Apra È stato presentato ieri a Montefelcino (PU) il progetto “SI–RIPARTE”, che punta ad accrescere la competitività delle imprese della filiera cerealicola biologica marchigiana grazie all’impiego di tecnologie digitali. Il progetto verrà condotto dalla cooperativa Montebello, capofila come referente dei produttori bio, insieme con l’Università Politecnica delle Marche, partner scientifico, Apra – Vargroup company, partner tecnologico, e il Consorzio Marche Biologiche che divulgherà obiettivi e risultati. L’iniziativa rientra nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura. “Questo progetto – ha detto Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologiche – investe su tecnologie semplici che potranno essere utilizzate da ogni impresa agricola per tante attività, dal monitoraggio dei campi alla tracciabilità. In particolare i dati raccolti saranno utili a tutta la filiera ed andranno ad alimentare un sistema di supporto alle decisioni”. Nell’ambito del progetto verrà sviluppato e testato un prototipo innovativo per una digitalizzazione rapida ed economica delle imprese; questo nuovo sistema verrà impiegato in 20 aziende, con l’obiettivo di estendere l’applicazione ad un bacino più ampio. Questi interventi hanno l’ambizione di difendere e valorizzare la qualità delle nostre produzioni: per Pierfrancesco Fattori, presidente della Montebello, è fondamentale “garantire

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

l’assoluta integrità del processo di produzione del bio made in Marche e promuovere il miglioramento continuo della sostenibilità ambientale ed economica”. Il convegno è stato anche un’occasione importante per parlare di programmazione politica. In collegamento, l’assessore all’Agricoltura della Regione Marche, Andrea Maria Antonini, ha messo l’accento sui vantaggi offerti da queste tecnologie che velocizzano i processi e abbattono i costi, potenziando la competitività e favorendo anche il passaggio generazionale. Su questo punto ha insistito Mirco Carloni, presidente della Commissione Agricoltura alla Camera dei Deputati che, intervenendo in collegamento, oltre a ribadire il sostegno al settore bio, ha fatto riferimento alla proposta di legge “Gioventù agricola” che prevede agevolazioni fiscali e interventi sul sistema creditizio. All’evento sono intervenuti anche il sindaco di Montefelcino Osvaldo Pelagaggia, il presidente della Provincia di Pesaro e Urbino Giuseppe Paolini, il presidente del Distretto Biologico delle Marche Giovanni Battista Girolomoni; Francesco Solfanelli, Raffaele Zanoli e Adriano Mancini della Politecnica, Alessandro Manoni di Apra e Francesca Severini del Servizio Agricoltura e Sviluppo Rurale della Regione Marche. Il progetto “SI–RIPARTE” (ovvero SIstemi digitali Rapidi, Innovativi e PARTEcipati per l’integrazione delle piccole/medie imprese agricole marchigiane nelle filiere biologiche globali) durerà 3 anni e prevede momenti di confronto e condivisione, oltre che esperienze dirette in campo per testare i nuovi sistemi digitali. Moretti Comunicazione Isabella Tombolini

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

TerraNuova

Le giuste informazioni per riconoscere i prodotti biologici: tre incontri

11/09/2023 11:40

Dal 11 Novembre 2023 al 11 Novembre 2023 - Montebello di Isola del Piano (PU)
L'11, il 20 e il 26 novembre il Consorzio Marche Bio organizza due incontri presso la sede produttiva della Cooperativa Agricola Gino Girolomoni a Montebello di Isola del Piano dedicati a operatori del settore, negozianti, gruppi d'acquisto e associazioni. «Da un'indagine condotta da SWG presentata in occasione di Sana 2023, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto biologico è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo motivo, come Consorzio Marche Bio, desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando nell'urbinate incontri sul territorio insieme ai commercianti e ai gruppi di distribuzione – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio». A Montebello di Isola del Piano, a pochi chilometri da Urbino, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore ed ai negozianti si terranno lunedì 20 e domenica 26 novembre. Sabato 11 novembre la giornata sarà invece dedicata ai gruppi di acquisto solidale ed associazioni locali. Per entrambe le occasioni il Consorzio Marche Biologiche ha in programma la visita agli stabilimenti, la degustazione di pasta guidata dall'enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste, principali produzioni oggetto delle attività promozionali nell'ambito della filiera promossa dal Consorzio Marche Biologiche. «Gli incontri hanno l'obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali ed in particolare della pasta prodotta nell'ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire a cittadini, operatori di settore, associazioni ed enti gli strumenti per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/11/2023

terranuova.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 328
Utenti unici: 20.000

Le giuste informazioni per riconoscere i prodotti biologici: tre incontri

Dal 11 Novembre 2023 al 11 Novembre 2023 - Montebello di Isola del Piano (PU) L'11, il 20 e il 26 novembre il Consorzio Marche Bio organizza due incontri presso la sede produttiva della Cooperativa Agricola Gino Girolomoni a Montebello di Isola del Piano dedicati a operatori del settore, negozianti, gruppi d'acquisto e associazioni. «Da un'indagine condotta da SWG presentata in occasione di Sana 2023, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto biologico è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo motivo, come Consorzio Marche Bio, desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando nell'urbinate incontri sul territorio insieme ai commercianti e ai gruppi di distribuzione - spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche - perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio». A Montebello di Isola del Piano, a pochi chilometri da Urbino, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore ed ai negozianti si terranno lunedì 20 e domenica 26 novembre. Sabato 11 novembre la giornata sarà invece dedicata ai gruppi di acquisto solidale ed associazioni locali. Per entrambe le occasioni il Consorzio Marche Biologiche ha in programma la visita agli stabilimenti, la degustazione di pasta guidata dall'enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste, principali produzioni oggetto delle attività promozionali nell'ambito della filiera promossa dal Consorzio Marche Biologiche. «Gli incontri hanno l'obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali ed in particolare della pasta prodotta nell'ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire a cittadini, operatori di settore, associazioni ed enti gli strumenti per distinguere un prodotto biologico - spiega Torriani - É infatti fondamentale rimarcare l'importanza della

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, ed i secondi per poter avere garanzie precise. In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l'agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni: in questo senso la sede di Isola del Piano fondata da uno dei più importanti pionieri dell'agricoltura biologica italiana ci sembra il luogo ideale in cui farlo».

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Mediakey

"Io Parlo Bio" la campagna targata Masaf-Ismea con Elio

09/08/2023 17:14 Istituto Nazionale Comunicazione

#IOPARLOBIO è la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Ministero dell'Agricoltura, Sovranità Alimentare e Foreste e realizzata da Ismea. Con lo spot televisivo e radiofonico "Io parlo Bio", ideato e prodotto dall'agenzia Swan&Koi, ISMEA - istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare - ha presentato ufficialmente ieri, giornata di apertura del Sana 2023, a stakeholders e giornalisti la sua campagna per la valorizzazione del mondo del biologico certificato. Si tratta di una campagna articolata che comprende, tra le varie azioni, una webserie sulle realtà agricole bio, anch'essa ideata e prodotta da Swan&Koi. Protagonista un testimonial d'eccezione, Elio, che con uno spot a breve on air, promuoverà in tv e in radio un settore che oggi più che mai sente l'esigenza di comunicarsi di più e in modo più esaustivo, ad un pubblico variegato ed in particolare alle giovani generazioni. La scelta di Elio, artista poliedrico da sempre sensibile ai temi delle best practice agricole e alimentari e ai valori che le sottendono, muove dall'obiettivo di rendere naturale, fresca ed immediata la percezione di tutta la qualità che il mondo del biologico certificato esprime. Con uno storytelling che amplia e completa on line, con la webserie, lo stesso obiettivo e mood comunicativo, Elio, nei panni dell'empatico Zio Bio, sarà affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) alla scoperta di bellissime realtà agricole italiane del biologico. Presenti all'evento svoltosi al SANA il Commissario Livio Proietti e Fabio Del Bravo di Ismea, il Sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo, stampa, pubblico specialistico e le maggiori Associazioni Italiane del settore, che con Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di AssoBio, Francesco Torriani

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

mediakey.tv

EAV: € 335
Utenti unici: 20.000

Argomento: Consorzio

"Io Parlo Bio" la campagna targata Masaf-Ismea con Elio

#IOPARLOBIO è la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Ministero dell'Agricoltura, Sovranità Alimentare e Foreste e realizzata da Ismea. Con lo spot televisivo e radiofonico "Io parlo Bio", ideato e prodotto dall'agenzia Swan&Koi, ISMEA - istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare - ha presentato ufficialmente ieri, giornata di apertura del Sana 2023, a stakeholders e giornalisti la sua campagna per la valorizzazione del mondo del biologico certificato. Si tratta di una campagna articolata che comprende, tra le varie azioni, una webserie sulle realtà agricole bio, anch'essa ideata e prodotta da Swan&Koi. Protagonista un testimonial d'eccezione, Elio, che con uno spot a breve on air, promuoverà in tv e in radio un settore che oggi più che mai sente l'esigenza di comunicarsi di più e in modo più esaustivo, ad un pubblico variegato ed in particolare alle giovani generazioni. La scelta di Elio, artista poliedrico da sempre sensibile ai temi delle best practice agricole e alimentari e ai valori che le sottendono, muove dall'obiettivo di rendere naturale, fresca ed immediata la percezione di tutta la qualità che il mondo del biologico certificato esprime. Con uno storytelling che amplia e completa on line, con la webserie, lo stesso obiettivo e mood comunicativo, Elio, nei panni dell'empatico Zio Bio, sarà affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) alla scoperta di bellissime realtà agricole italiane del biologico. Presenti all'evento svoltosi al SANA il Commissario Livio Proietti e Fabio Del Bravo di Ismea, il Sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo, stampa, pubblico specialistico e le maggiori Associazioni Italiane del settore, che con Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di AssoBio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari, hanno confermato il loro apprezzamento e supporto alla campagna e ad Ismea. Swan&Koi, impresa di comunicazione Benefit e casa di produzione con sede a Milano e Bologna, associata a UNA, ASSOBENEFIT,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

CONFINDUSTRIA INTELLECT e Netcomm, presto Bcorp, progetta produzioni a basso impatto ambientale. Responsabile del progetto Fabio Del Bravo Responsabile della Comunicazione Claudio Federici Comunicazione, Media e Supervisione alla Produzione Federica D'aprile, Andra Festuccia, Antonella Giuliano, Riccardo Meo, Enrica Ruggeri TESTIMONIAL: Elio (Stefano Belisari) LOCATION: Cascina Lago Scuro (azienda agricola biologica) Responsabile del Progetto Gianna Terzani Regìa e Direzione creativa Gaia Zavoli Soggetto e sceneggiatura Christian Mascheroni Legal&Contracts Rossella Sciolti Producer Luca Baroni Storyboard Giulia Broggini Direttore della fotografia Giacomo Coerezza Fonico Mauro Lafratta Operatori Luca Alberti Giacomo Coerezza Foto di scena e backstage Victoria Tattini Benedetta Trumino Stylist&home economist Nicola Luccarini MUA & hair styling Valeria Stefanelli Sigle e Montaggio Giacomo Coerezza Gloria Di Donatantonio Supervisoring al montaggio Gaia Zavoli Animali in logo per gentile concessione INC Istituto Nazionale Comunicazione.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

24/10/2022

primacommunication.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 84
Utenti unici: 20.000

https://www.primacommunication.it/primo-piano/breaking-news-primo-piano/lagricoltura-bio-si-fa-piu-digital-il-27-ottobre-i-risultati-del-progetto-biocereals-4-0/?noamp=mobile

L’agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - PRIMA COMMUNICATION

L’agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0 - PRIMA COMMUNICATIONPRIMA COMMUNICATION

L’agricoltura bio si fa più digital: il 27 ottobre i risultati del progetto Biocereals 4.0

Pubblicata

Da

Share

Tweet

PESARO – Offrire alle realtà agricole biologiche delle Marche un’opportunità concreta di innovazione grazie a strumenti digitali. È il cuore del progetto Biocereals 4.0, condotto dalla cooperativa agrobiologicaMontebello, soggetto capofila, e realizzato grazie all’apporto scientifico dell’Università Politecnica delle Marche e alla partnership tecnologica di Apra – Var. I risultati del progetto verranno illustrati nel convegno conclusivo dal titolo “Nuovi scenari per la transizione ecologica e digitale delle filiere agricole biologiche”, in programma giovedì 27 ottobre alle ore 17.00 a Morro d’Alba (An) presso l’azienda vitivinicola Mario Lucchetti. L’evento è organizzato nell’ambito del PSR Marche 2014/2020, sottomisura 16.1 – Sostegno per la costituzione e la gestione dei gruppi operativi del PEI in materia di produttività e sostenibilità dell’agricoltura.

“Il progetto Biocereals 4.0 – dichiara Pierfrancesco Fattori, presidente della cooperativa Montebello – ha permesso di raggiungere un obiettivo molto importante per la crescita della nostra filiera biologica: favorire la digitalizzazione grazie alle moderne tecnologie dell’agricoltura di precisione, che rendono i processi produttivi più efficienti garantendo al contempo il consumatore in termini di sicurezza e affidabilità”.

Ad Univpm è stato affidato il compito di adattare lo strumento tecnologico alle esigenze della filiera agroalimentare. “La ricerca scientifica condotta nell’ambito del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

progetto – afferma il professor Raffaele Zanoli – offre soluzioni innovative per sostenere la filiera dei seminativi biologici verso il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi di sostenibilità ambientale, economica e sociale stabiliti dalle strategie Farm to Fork e Biodiversity 2030. Vanno in questa direzione anche i corsi di laurea promossi dal Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari e ambientali che mirano a formare laureati con una preparazione interdisciplinare, in grado di gestire la complessità delle filiere agroalimentari".

Sono numerosi i vantaggi che possono arrivare da questa "carica di innovazione", come spiega Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico per Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare: "Questi sistemi possono essere impiegati efficacemente in diverse fasi del processo produttivo, come ad esempio la programmazione delle semine, la gestione dei semi o il monitoraggio delle colture. Tra le innovazioni più interessanti c'è il Decision Support System (DSS), una tecnologia previsionale che permette di supportare l'imprenditore agricolo nelle decisioni aziendali, permettendogli di compiere interventi mirati per migliorare la resa delle coltivazioni e le condizioni di lavoro."

Apriranno i lavori Davide Neri, direttore del Dipartimento di Scienze agrarie, alimentari ed ambientali di Univpm, e Pierfrancesco Fattori della Montebello. Le relazioni tematiche saranno affidate a Raffaele Zanoli di Univpm (ricerca scientifica), Gianluca Regoli di Apra – Vargroup company (la tecnologia al servizio della filiera cerealicola) e ad Adriano Mancini di Univpm (intelligenza artificiale). Interverranno inoltre: Giovanni Girolomoni, presidente della cooperativaGirolomoni; Nunzio Isidoro, direttore dell'azienda agraria sperimentale "Pasquale Rosati" – Univpm e Francesco Torriani di Alleanza delle Cooperative Italiane Agroalimentare. Le conclusioni saranno affidate ad Ugo Testa, responsabile del Progetto Innovation Broker Pubblico – InnovaMarche; alla moderazione Francesco Solfanelli di Univpm.

64

Notizie collegate: Avanti ancora

Pesaro celebra il suo "oro verde" con la "Camminata tra gli olivi"

Da non perdere

Continua a leggere

Leonardo e Safran insieme per l'impianto propulsivo dell'elicottero monomotore AW09

Wine&Food14 ore fa

Presentata oggi l'edizione 2023 di Hospitality, la manifestazione internazionale leader in Italia nel mondo Ho.Re.Ca.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Intrattenimento15 ore fa
Intervista a Sàles, il cantautore salentino che canta per strada
Italia2 anni fa
Uccide moglie e figlio di 5 anni, poi tenta il suicidio
Attualità2 anni fa
Muore bimba di 18 mesi: arrestato il compagno della mamma, ipotesi maltrattamenti e violenza sessuale
Campania2 anni fa
Ragazza morta ad Acerra: aggravata l'accusa del fratello in omicidio volontario
Economia2 anni fa
Tv, Nicklodeon: debutta Danger Force e Jace Norman è il produttore
Informativa
Noi e terze parti selezionate utilizziamo cookie o tecnologie simili come specificato nella cookie policy. Per quanto riguarda la pubblicità, noi e terze parti selezionate, potremmo utilizzare dati di geolocalizzazione precisi e fare una scansione attiva delle caratteristiche del dispositivo ai fini dell'identificazione, al fine di archiviare e/o accedere a informazioni su un dispositivo e trattare dati personali come i tuoi dati di utilizzo, per le seguenti finalità: annunci e contenuti personalizzati, valutazione degli annunci e del contenuto, osservazioni del pubblico e sviluppo di prodotti. Puoi liberamente prestare, rifiutare o revocare il tuo consenso, in qualsiasi momento, accedendo al pannello delle preferenze pubblicitarie. Puoi acconsentire all'utilizzo di tali tecnologie chiudendo questa informativa. Impostazioni Cookie Accetta tutti Rivedi il consenso Chiudi
Privacy Overview
This website uses cookies to improve your experience while you navigate through the website. Out of these, the cookies that are categorized as necessary are stored on your browser as they are essential for the working of basic functionalities of the website. We also use third-party cookies that help us analyze and understand how you use this website. These cookies will be stored in your browser only with your consent. You also have the option to opt-out of these cookies. But opting out of some of these cookies may affect your browsing experience. Necessary Necessary Sempre abilitato Necessary cookies are absolutely essential for the website to function properly. These cookies ensure basic functionalities and security features of the website, anonymously.
Cookie
Durata

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Descrizione

cookielawinfo-checkbox-analytics

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Analytics".

cookielawinfo-checkbox-functional

11 months

The cookie is set by GDPR cookie consent to record the user consent for the cookies in the category "Functional".

cookielawinfo-checkbox-necessary

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookies is used to store the user consent for the cookies in the category "Necessary".

cookielawinfo-checkbox-others

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Other.

cookielawinfo-checkbox-performance

11 months

This cookie is set by GDPR Cookie Consent plugin. The cookie is used to store the user consent for the cookies in the category "Performance".

viewed_cookie_policy

11 months

The cookie is set by the GDPR Cookie Consent plugin and is used to store whether or not user has consented to the use of cookies. It does not store any personal data.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lavocedigenova.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 362
Utenti unici: 19.000

https://www.lavocedigenova.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/09/2023

terranuova.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 332
Utenti unici: 19.000

Link originale: https://www.terranuova.it/News/Agricoltura/Finanziato-il-progetto-della-filiera-dei-semi-b#...

TerraNuova

Finanziato il progetto della filiera dei semi bio del Consorzio Marche Biologiche

09/30/2023 06:47

Il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio, incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia vanno da azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, fino a investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. Il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio, incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia vanno da azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, fino a investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. «Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini - Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica». «A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di " Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

30/09/2023

terranuova.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 332
Utenti unici: 19.000

Finanziato il progetto della filiera dei semi bio del Consorzio Marche Biologiche

Il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio, incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia vanno da azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, fino a investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. Il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio, incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia vanno da azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, fino a investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. «Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini - Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica». «A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di " Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati» commenta Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche. «Sarà quindi importante aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie, ma anche ai giovani per i quali la salute e la tutela dell'ambiente sono valori non più trascurabili. Il progetto prevede delle azioni promozionali specifiche, quali incontri con stampa e cittadinanza, ma anche campagne di informazione e di sensibilizzazione, giornate aperte a grandi e piccini e workshop - spiegano dal Consorzio - Il Consorzio marchigiano a oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La SAU (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro». _____ E se vuoi fare un regalo che dura tutto l'anno e fa bene al pianeta, scegli di donare ai tuoi amici o ai tuoi familiari l'abbonamento a Terra Nuova!

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Padova News

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 18:06

Lanciato lo spot per la tv #loparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

PADOVANEWS
IL PRIMO QUOTIDIANO ONLINE DI PADOVA

EAV: € 363
Utenti unici: 19.000

Argomento: Consorzio

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". (Adnkronos).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

associazioneabruzzesediroma.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 83
Utenti unici: 19.000

https://www.associazioneabruzzesediroma.it/ilcapoluogo/bio-italiano-il-suolo-coltivato-cresce-i-consumi-no-in-abruzzo-raddoppia-la-media-delle-superfici-coltivate/

Bio italiano, il suolo coltivato cresce, i consumi no: in Abruzzo raddoppia la media delle superfici coltivate

Presentato a L'Aquila il Rapporto "Bio in cifre", curato da Ismea e Cinema di Bari. Il Ministro dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare Lollobrigida in videocollegamento: l'Abruzzo raddoppia la superficie coltivata. A livello nazionale, però, i consumi crescono al rallentatore.

Il Bio italiano è arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, superando i 2,3 milioni di ettari e avvicinandosi così sempre più al target comunitario del 25%, con una crescita nel 2022 del 7,5% pari a quasi il doppio del tasso di incremento registrato nel 2021. Ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti nelle scelte arrivano invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

È quanto emerso dai lavori all'Aquila del convegno nazionale 'Appuntamento con il bio', promosso da Ismea. Nel corso dell'evento è stato presentato in anteprima il Rapporto 'Bio in cifre', curato da Ismea e Ciheam di Bari, alla presenza delle autorità del ministero dell'Agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo, del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore.

La superficie certificata biologica in Abruzzo è pari, nel 2022, a 61.332 ha, con un'incidenza più che raddoppiata negli ultimi 12 anni e ormai prossima al 15%. È la fotografia delle coltivazioni biologiche nella Regione Abruzzo emersa nel corso dei lavori di oggi.

Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto 'Bio in cifre', il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già sei regioni che hanno oltrepassato questo traguardo: Toscana, Marche, Lazio, Basilicata, Calabria e
Sicilia. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto, confermando l'Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica.
Il 2022 restituisce l'immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. "La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021 – spiegano dall'Ismea – non soddisfa appieno le
aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all'agroalimentare complessivo e al tasso di ricchezza".

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e
ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, ha infatti concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte.
"Il settore – spiegano dall'Ismea – potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione".
Sono stati molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente, vice presidente con delega all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta, assessore all'Ambiente, Agricoltura e
Territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di Ismea, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo.

Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida, è intervenuto da remoto.
L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di Ismea, mentre Antonio Zinni, del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le opportunità del 'Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo' per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri – Dirigente Ufficio PQAI1 del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d'Azione Nazionale per il biologico. A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini, Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini, Presidente Assobio, Giuseppe

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Romano, Presidente AIAB, Francesco Torriani, Coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia, Presidente Cia - Anabio, Maria Letizia Gardoni,
Presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa, Presidente di Giovani Confagricoltura Aquila.

“I dati della crescita del biologico per la nostra regione sono confortanti, l’obiettivo è proseguire su questa strada per arrivare il prima possibile al
target europeo del 25% di terreno, rispetto agli attuali 15%”.
Così il vice presidente della Giunta regionale con delega all’Agricoltura, Emanuele Imprudente, intervenendo nel convegno nazionale.
“La maggior quota di biologico in Abruzzo riguarda il settore vitivinicolo e poi quello dell’olio: uno degli obiettivi è quello di potenziare il biologico nel settore zootecnico, per garantire la massima qualità delle carni e dei altri prodotti – ha continuato Imprudente -. Non è un caso che abbiamo messo a disposizione delle imprese 50 milioni con il nuovo programma di sviluppo rurale, il 40% in più rispetto alle precedenti programmazioni. Nella consapevolezza che la qualità del cibo e la sostenibilità delle produzioni è aspetto centrale del progetto multidisciplinare ‘Abruzzo regione del Benessere’ e potrà determinare ricadute in termini di conquista di mercati, competitività delle nostre imprese e creazioni di posti di lavoro”.

“Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l’equilibrio sociale”. Così il ministro dell’Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida, intervenuto in videocollegamento ai lavori del convegno nazionale ‘Appuntamento con il bio’
“Nel tempo – ha spiegato Lollobrigida – abbiamo verificato in Italia un’attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l’elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di
etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi – ha aggiunto il ministro – che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comparto e dall’altra proteggerci da meccanismi
fuorvianti“.

“Aumenta il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo
del settore. Positivo l’interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l’obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici“. Così il sottosegretario all’Agricoltura, alla Sovranità alimentare e Foreste, Luigi D’Eramo, intervenendo all’Aquila al convegno nazionale ‘Appuntamento con il bio’. “Aver presentato il rapporto a L’Aquila – ha spiegato ancora – ha offerto l’occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne. I numeri parlano di una forte
crescita del biologico anche in Abruzzo, dove sono raddoppiati gli operatori e le aziende agricole. Questo è molto importante per una regione come la nostra che si propone come regione verde d’Europa. Un connubio vincente tra il bio e la qualità dei prodotti agricoli, con il rispetto della natura, con il
potenziamento del turismo, con la valorizzazione delle nostre bellezze artistiche e architettoniche”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/07/2023

associazioneabruzzesediroma.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 83
Utenti unici: 19.000

https://www.associazioneabruzzesediroma.it/abruzzoweb/cresce-il-biologico-in-italia-e-in-abruzzo-ma-i-consumi-non-tengono-il-passo/

CRESCE IL BIOLOGICO IN ITALIA E IN ABRUZZO, MA I CONSUMI NON TENGONO IL PASSO

L'AQUILA – Il biologico italiano arrivato a quota 19% delle superfici coltivate, si avvicina al target comunitario del 25% ma i consumi non tengono il passo: in questo senso, segnali più incoraggianti scelte invece dalla prima indagine campionaria condotta presso i pubblici esercizi, con oltre il 50% dei bar italiani e quasi il 70% dei ristoranti che hanno dichiarato di aver proposto o impiegato nelle loro preparazioni culinarie cibi, bevande e materie prime biologiche nel corso del 2022.

E' quanto emerso dai lavori del convegno nazionale "appuntamento con il bio" che promosso da Ismea, si è svolto oggi all'Aquila. Nel corso dell'evento, è stato presentato in anteprima il Rapporto "Bio in cifre" alla presenza delle autorità del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, della Regione Abruzzo e del Comune dell'Aquila e delle Associazioni e Organizzazioni professionali di settore.

Sono stati molti gli interventi ed i contributi tecnici che si sono susseguiti durante l'intensa mattinata di lavori, che ha visto i saluti introduttivi di Emanuele Imprudente, vice presidente con delega all'Agricoltura della Regione Abruzzo, Fabrizio Taranta, assessore all'ambiente agricoltura e territorio del comune dell'Aquila e le conclusioni affidate a Livio Proietti, neo commissario straordinario di ISMEA, al Sottosegretario di Stato al Masaf Luigi D'Eramo.

Il ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida è intervenuto da remoto.

L'illustrazione dei dati principali del Rapporto Bio in cifre è stata curata da Fabio Del Bravo, responsabile della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA, mentre Antonio Zinni, del Dipartimento Agricoltura della Regione Abruzzo ha presentato le

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

opportunità del “Complemento di Sviluppo rurale Abruzzo” per lo sviluppo del settore biologico e Pietro Gasparri – Dirigente Ufficio PQAI1 del Masaf, ha esposto gli interventi del Piano d’Azione Nazionale per il biologico.

“Il biologico è un elemento portante della strategia che vede la sostenibilità ambientale viaggiare in parallelo con una strategia di sostenibilità produttiva e che tenga conto della necessità di mantenere l’ equilibrio sociale – ha dichiarato il Ministro dell’agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste Francesco Lollobirigida. Nel tempo abbiamo verificato in Italia un’attenzione crescente per il comparto del biologico. Dobbiamo continuare a sostenerlo sia in termini economici sia in termini culturali, valorizzando il legame tra il territorio, cibo e salute, attraverso un modello che dia attenzione al lavoro e che persegua sempre l’elemento della qualità. Quella stessa qualità che è messa in discussione da sistemi di etichettatura ideologici e non informativi. Si pensi – ha chiosato il Ministro – che per il Nutriscore un prodotto biologico viene valutato allo stesso modo di un altro iper processato. Il nostro compito quindi è quello di incentivare da una parte questo comparto e dall’altra proteggerci da meccanismi fuorvianti”.

“L’Italia crede nel bio e consolida la propria leadership in Europa – ha affermato il sottosegretario D’Eramo -. Lo confermano le cifre del rapporto presentato oggi. Grazie alla significativa crescita registrata nel 2022, le superfici coltivate a biologico rappresentano quasi il 19% del totale della superficie agricola utilizzabile. Un risultato che proietta il nostro paese a raggiungere il target del 25% fissato dalla Strategia Farm to Fork in anticipo rispetto al 2030. Aumenta anche il numero degli operatori, che avranno nel Piano nazionale per la produzione biologica uno strumento importante per supportare lo sviluppo del settore. Positivo l’interesse dimostrato nel canale Ho.re.ca., in particolare le prospettive nel mondo della ristorazione, l’obiettivo nei prossimi mesi sarà un rilancio dei consumi domestici. Aver presentato il rapporto a L’Aquila – ha concluso il sottosegretario Masaf – ha offerto l’occasione per evidenziare il contributo che il biologico può offrire anche allo sviluppo sostenibile delle aree interne”.

“L’agricoltura biologica si conferma un settore vitale e dinamico, nonché protagonista dell’attuale programmazione della Pac, che pone la nostra nazione ai primissimi posti in Europa per estensione delle superfici e numero di operatori coinvolti – ha dichiarato a sua volta il neo commissario Proietti. L’appuntamento

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

odierno ribadisce l'attenzione dell'ISMEA verso questo settore strategico dell'agricoltura italiana e la volontà di consolidare i rapporti con il territorio, le sue amministrazioni locali e le associazioni di settore, al fine di fornire un supporto allo sviluppo del biologico e, in generale, dell'agroalimentare italiano".

Ha detto invece il vice presidente Imprudente: I dati della crescita del biologico per la nostra regione sono confortanti, l'obiettivo è proseguire su questa strada per arrivare il prima possibile al target europeo del 25% di terreno, rispetto agli attuali 15%. Non è un caso che abbiamo messo a disposizione delle imprese 50 milioni con il nuovo programma di sviluppo rurale, il 40% in più rispetto le precedenti programmazioni. Nella consapevolezza che la qualità del cibo e la sostenibilità delle produzioni è aspetto centrale del progetto multidisciplinare Abruzzo regione del Benessere, potrà determinare ricadute in termini di conquista di mercati competitività delle nostre imprese e e creazioni di posti di lavoro".

Aggiungendo: "la maggior quota di biologico in Abruzzo riguarda il settore vitivinicolo e poi quello dell'olio uno degli obiettivi è quello di potenziare il biologico nel settore zootecnico, per garantire la massima qualità delle carni e dei altri prodotti".

L'atteso Piano nazionale per la produzione biologica , che guiderà il settore verso gli obiettivi di sviluppo richiesti dalla strategia europea Farm to Fork e ribaditi nella legge nazionale del 9 marzo 2022, è ormai ai blocchi di partenza, ha infatti concluso l'iter di ascolto delle parti coinvolte. "Il settore potrà contare su uno strumento programmatico che punta a potenziare ulteriormente l'offerta e migliorare il posizionamento, facendo leva sull'innovazione, la digitalizzazione, l'aggregazione, la semplificazione amministrativa e la promozione – si legge in una nota dell'ISMEA.

Come testimoniano gli ultimi dati del Rapporto Bio in cifre, il biologico italiano è ormai lanciato verso il target del 25% di superfici investite a bio, previsto dalla Strategia Farm to Fork al 2030, con già 6 regioni che hanno oltrepassato questo traguardo, e un'incidenza media balzata a quasi il 19%, grazie all'incremento registrato anche nel 2022. In parallelo il numero degli operatori (produttori, trasformatori e importatori) prosegue la sua crescita a un ritmo piuttosto sostenuto,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

confermando l’Italia al primo posto in Europa per numero di aziende agricole biologiche certificate e sui gradini del podio anche per estensione della Sau biologica. Il 2022 restituisce l’immagine di un settore in fermento, al centro delle politiche nazionali e comunitarie e degli investimenti degli operatori, ma con i consumi che stentano a recuperare slancio. “La spesa domestica, seppur in ripresa su un deludente 2021, non soddisfa appieno le aspettative, crescendo a un ritmo inferiore all’agroalimentare complessivo e al tasso di ricchezza – si legge ancora nella nota -.

A seguire si è tenuta la tavola rotonda, moderata da Ermanno Comegna, a cui sono intervenuti Maria Grazia Mammuccini Presidente di FederBio, Nicoletta Maffini, presidente Assobio, Giuseppe Romano, presidente AIAB, Francesco Torriani, coordinatore settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari Italiane, Giuseppe De Noia, presidente Cia -Anabio, Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti-Bio ed Erminio Pensa, presidente di Giovani Confagricoltura Aquila.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

14/06/2023

pastaepastai.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 80
Utenti unici: 19.000

https://www.pastaepastai.it/girolomoni-e-montebello-iniziativa-per-nuove-varieta-grano-bio/

Girolomoni e Montebello, iniziativa per nuove varietà grano bio

Girolomoni e Montebello, iniziativa per nuove varietà grano bio | Pasta&PastaiSearch for:Search Button Girolomoni e Montebello, iniziativa per nuove varietà grano bio
By Pasta&Pastai Posted on 14 Giugno 2023 2 min read 0 0 1

La cooperativa agricola Gino Girolomoni e Montebello cooperativa agrobiologica, in collaborazione con la Fondazione Seminare il Futuro, organizzano per venerdì 16 giugno una visita ai "campi prova" dove si studiano nuove varietà di grano duro biologico. L'appuntamento è alle ore 16 al Consorzio agrario di Fano per un'introduzione dedicata ai processi di selezione; a seguire i partecipanti si trasferiranno presso l'azienda agricola Solfanelli Giuliano (via Montegrappa, Monte Porzio PU) per la visita al campo di prova.

"La selezione di nuove varietà per il biologico e in biologico – spiega Francesco Torriani, agronomo responsabile della Montebello – è una sfida importante per l'innovazione di tutto il comparto dei seminativi. Per la nostra filiera, così come per l'evoluzione dell'agricoltura biologica italiana, coerentemente alla strategia europea Farm to Fork, è fondamentale investire nella ricerca sementiera, rispettando i tempi della natura e tenendo conto di tutto il processo, che coinvolge dagli agricoltori ai consumatori, nel quadro di una visione agro-ecologica".

Sarà possibile vedere dieci varietà di grano duro a confronto, tra cui "Inizio" e "Prossimo", due nuove varietà particolarmente adatte per essere coltivate in biologico. "L'iniziativa – aggiunge Torriani – si inserisce all'interno di un programma di lavoro molto intenso volto ad arricchire la filiera del grano duro biologico di nuovi "attributi", coniugando gli aspetti della produttività con quelli della sostenibilità, fattori sempre più importanti per la distintività dell'ecosistema Girolomoni".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Load More Related Articles
Load More By Pasta&Pastai
Load More In Eventi Comments are closed.
Check Also
La Rivista
Iscriviti alla nostra newsletter!
UFFICIO ABBONAMENTI dir@avenue-media.eu
+39 051 6564 311 +39 051 6564 350
© Copyright 2022 Pasta&Pastai - Avenue Media - All Rights Reserved I cookie ci aiutano a personalizzare Pasta & Pastai per i nostri utenti e alcuni sono necessari a far funzionare il nostro sito. Il controllo è nelle tue mani. Puoi gestire i cookie in qualsiasi momento. ACCETTA Impostazioni Privacy Policy Privacy & Cookies Policy Chiudi
Panoramica sulla privacy
Questo sito Web utilizza i cookie per migliorare la tua esperienza durante la navigazione nel sito Web. Di questi cookie, i cookie classificati come necessari vengono memorizzati nel browser in quanto sono essenziali per il funzionamento delle funzionalità di base del sito Web. Utilizziamo anche cookie di terze parti che ci aiutano ad analizzare e comprendere come utilizzi questo sito Web, per memorizzare le preferenze dell'utente e fornirti contenuti e pubblicità pertinenti. Tali cookie verranno memorizzati sul tuo browser ma solo previo consenso. Avrai anche la possibilità di disattivare questi cookie se lo desideri. La disattivazione di alcuni di questi cookie può influire sulla tua esperienza di navigazione secondo le descrizioni chiarite rispetto alle rispettive categorie di seguito. Necessari Necessari Sempre abilitato I cookie necessari sono assolutamente essenziali per il corretto funzionamento del sito web. Questa categoria include solo i cookie che garantiscono funzionalità di base e caratteristiche di sicurezza del sito web. Questi cookie non memorizzano alcuna informazione personale.
Cookie
Tipo
Durata
Descrizione
cookielawinfo-checkbox-advertisement
0
1 year
The cookie is set by GDPR cookie consent to record the user consent for the cookies

in the category "Advertisement".
cookielawinfo-checkbox-analytics
0
1 year
This cookies is set by GDPR Cookie Consent WordPress Plugin. The cookie is used to remember the user consent for the cookies under the category "Analytics".
cookielawinfo-checkbox-necessary
0
11 months
Questo cookie è impostato dal plug-in di consenso sui cookie GDPR. I cookie vengono utilizzati per memorizzare il consenso dell'utente per i cookie nella categoria "Necessario".
cookielawinfo-checkbox-non-necessary
0
11 months
Questo cookie è impostato dal plug-in di consenso sui cookie GDPR. I cookie vengono utilizzati per memorizzare il consenso dell'utente per i cookie nella categoria "Non necessario".
viewed_cookie_policy
0
1 hour
Il cookie è impostato dal plug-in del consenso sui cookie GDPR e viene utilizzato per memorizzare se l'utente ha o meno acconsentito all'uso dei cookie. Non memorizza alcun dato personale.
Analytici analytics I cookie analitici ci aiutano a capire come i nostri visitatori interagiscono con il sito Web. Ci aiuta a capire il numero di visitatori, da dove provengono i visitatori e le pagine che navigano. I cookie raccolgono questi dati e vengono riportati in forma anonima.
Cookie
Tipo
Durata
Descrizione
_ga
0
2 years
Questo cookie è installato da Google Analytics. Il cookie viene utilizzato per calcolare

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

i dati di visitatori, sessioni, campagne e tenere traccia dell'utilizzo del sito per il rapporto di analisi del sito. I cookie memorizzano le informazioni in modo anonimo e assegnano un numero generato casualmente per identificare visitatori unici.
_gat_gtag_UA_57093023_14
0
_gid
0
1 day
Questo cookie è installato da Google Analytics. Il cookie viene utilizzato per memorizzare informazioni su come i visitatori utilizzano un sito Web e aiuta a creare un rapporto analitico sull'andamento del sito Web. I dati raccolti tra cui il numero di visitatori, la fonte da cui provengono e le pagine visitate in forma anonima.
Pubblicitari advertisement I cookie pubblicitari ci aiutano a fornire ai nostri visitatori annunci e campagne di marketing pertinenti.
Cookie
Tipo
Durata
Descrizione
NID
1
Questo cookie viene utilizzato per un profilo basato sull'interesse dell'utente e mostra annunci personalizzati agli utenti.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

spotandweb.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 361
Utenti unici: 18.000

https://www.spotandweb.it/news/858451/al-via-la-campagna-masaf-ismea-per-promuovere-il-consumo-di-alimenti-biologici.html

Al via la campagna MASAF-ISMEA per promuovere il consumo di alimenti biologici

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presidente di Assobio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).

Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo-. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l’affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

13/12/2023

MARK UP

EAV: € 307
Utenti unici: 16.000

Argomento: Consorzio

Link originale: https://www.mark-up.it/consorzio-marche-biologiche-traccia-un-bilancio/

Mark Up

Consorzio Marche Biologiche traccia un bilancio

12/13/2023 15:54 Riccardo Nissotti

Consorzio Marche Biologiche amplia la comunicazione press tour e incontri ad hoc per portare la cultura del bio dalla regione in tutta Italia Saper comunicare aiuta a sostenere la domanda dei prodotti biologici . Questo il pensiero espresso da Francesco Torriani alla presentazione del bilancio annuale delle attività del Consorzio Marche Biologiche di cui è presidente. Un Consorzio che, nato nel 2010 con l'obiettivo di concentrare in unica filiera i coltivatori biologici regionali, rappresenta oggi imprese agricole per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno , tra cui cooperative leader della filiera cerealicola bio regionale come Gino Girolomoni Montebello e La Terra e il Cielo . Tra gli obiettivi annunciati per il 2024, ecco allora che continua a essere prioritario l'impegno per valorizzare l'incoming e favorire la conoscenza del made in Marche, promuovendo i prodotti biologici regionali con particolare attenzione alla pasta. Il bio dalle Marche all'Italia intera Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta. Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale."La strategia comunicativa del 2023 -dice Torriani- ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici . Il Consorzio Marche Biologiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera, ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

13/12/2023

MARK UP

EAV: € 307
Utenti unici: 16.000

Argomento: Consorzio

Consorzio Marche Biologiche traccia un bilancio

Consorzio Marche Biologiche amplia la comunicazione press tour e incontri ad hoc per portare la cultura del bio dalla regione in tutta Italia Saper comunicare aiuta a sostenere la domanda dei prodotti biologici . Questo il pensiero espresso da Francesco Torriani alla presentazione del bilancio annuale delle attività del Consorzio Marche Biologiche di cui è presidente. Un Consorzio che, nato nel 2010 con l'obiettivo di concentrare in unica filiera i coltivatori biologici regionali, rappresenta oggi imprese agricole per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno , tra cui cooperative leader della filiera cerealicola bio regionale come Gino Girolomoni Montebello e La Terra e il Cielo . Tra gli obiettivi annunciati per il 2024, ecco allora che continua a essere prioritario l'impegno per valorizzare l'incoming e favorire la conoscenza del made in Marche, promuovendo i prodotti biologici regionali con particolare attenzione alla pasta. Il bio dalle Marche all'Italia intera Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta. Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale."La strategia comunicativa del 2023 -dice Torriani- ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici . Il Consorzio Marche Biologiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera, ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola del Piano, tra stabilimenti produttivi e Monastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze. Non si tratta di una comunicazione mainstream, ma quella che porteremo avanti nel 2024 sarà una strategia volta a far comprendere l'opportunità del fare filiera per le piccole e medie aziende agricole e per far

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

conoscere alle persone come la pasta biologica marchigiana sia qualitativamente ottima, buona e nutriente, pur mantenendo un prezzo accessibile". Ok al progetto Filiera ConMarcheBio per valorizzare i seminativi biologici Approvato il progetto Filiera ConMarcheBio tra quelli integrati nelle filiere agroalimentari dalla regione, al fine di valorizzare i seminativi biologici marchigiani con investimenti di oltre 7 milioni di euro, si continua a guardare al futuro. "Il bilancio dell'attività svolta nel 2023 dal Consorzio Marche Biologiche è decisamente positiva -conclude Torriani- ma per continuare a sostenere questo mercato non c'è altra via se non quella, per l'appunto, dell'alimentazione biologica, motivo per cui rinnovo l'invito alle famiglie italiane a consumare prodotti biologici, che in questo preciso momento dell'anno possono tradursi in una strenna natalizia per fare un regalo non solo buono, ma anche virtuoso".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

terraevita.edagricole.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 288
Utenti unici: 15.000

https://terraevita.edagricole.it/biologico/ioparlobio-la-campagna-targata-masaf-ismea/

#IOPARLOBIO, la campagna targata Masaf-Ismea

La vasta popolarità di Elio e di Luca Sardella al servizio della crescita del mercato del bio. Ismea presenta al Sana la campagna di comunicazione multicanale rivolta al grande pubblico
#IOPARLOBIO è la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Ministero dell'Agricoltura, Sovranità Alimentare e Foreste e realizzata da Ismea. È stata presentata ufficialmente oggi al Sana di Bologna dal Commissario Livio Proietti e da Fabio Del Bravo di Ismea alla presenza del Sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo.

La promozione del biologico, con l'Italia ai primi posti in Europa per numero di aziende ed estensione delle superfici, ma che sconta un consumo concentrato prevalentemente al Nord, è affidata ad una campagna multicanale e multi-soggetto rivolta al grande pubblico che prenderà il via nelle prossime settimane.

Il testimonial e gli influencer
Sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il cantautore, presentatore e comico Elio, nei panni di uno spassosissimo “zio bio” e su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari).
Le pillole di Sardella
Sempre per il web e social è anche pensata la serie di pillole video dal taglio più informativo condotte dall'autore e conduttore televisivo Luca Sardella, l’unico personaggio televisivo laureato in Agraria e Agronomo.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

I commenti

«Assieme al varo del marchio Made in Italy bio – ha commentato D'Eramo – questa campagna di comunicazione ad hoc assicurerà l'ulteriore slancio del settore».

«Apprezziamo – ha dichiarato Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari– in maniera particolare che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente. Positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento».

«Auspichiamo tuttavia – ha aggiunto - che la campagna #IOPARLOBIO sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità».

La campagna, sostenuta da circa 800mila euro, doveva partire nelle prossime settimane, in attesa del via libera definitivo alla sua programmazione.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Vivere Urbino

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:46

- (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Vivere Senigallia Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

vivereurbino.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 310
Utenti unici: 13.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

- (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Vivere Senigallia Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". Questo è un lancio di agenzia pubblicato il 08 settembre 2023 32 letture In questo articolo si parla di attualità Questo articolo è stato pubblicato originariamente qui: https://vivere.me/eqOs L'indirizzo breve è Commenti.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

corriereortofrutticolo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 311
Utenti unici: 13.000

http://www.corriereortofrutticolo.it/2023/09/08/al-via-la-campagna-istituzionale-promuovere-consumi-bio/

AL VIA LA CAMPAGNA ISTITUZIONALE PER PROMUOVERE I CONSUMI BIO

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO
THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record.

Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.
A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presidente di Assobio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. Lo spot con protagonista Elio
La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).
Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.
"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

corriereortofrutticolo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 260
Utenti unici: 13.000

http://www.corriereortofrutticolo.it/2023/09/08/parlo-bio-lalleanza-promuove-la-campagna-ora-puntare-sulle-filiere-produttive/

"IO PARLO BIO", L'ALLEANZA PROMUOVE LA CAMPAGNA: "ORA PUNTARE SULLE FILIERE PRODUTTIVE"

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO
THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

“Esprimiamo il nostro apprezzamento per la campagna di comunicazione dei prodotti biologici che accoglie in pieno le nostre istanze, più volte avanzate, in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate”.

Così il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani commenta la campagna istituzionale di comunicazione sull’agricoltura biologica, promossa dal Masaf e realizzata da ISMEA – Istituto di servizi sul mercato agricolo alimentare che è stata presentata al Sana, Salone internazionale del biologico, alla presenza del Sottosegretario di Stato Luigi D’Eramo.

“Abbiamo particolarmente apprezzato – ha dichiarato Torriani – che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell’ambiente. Positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento”.

“Auspichiamo tuttavia – ha aggiunto il Coordinatore Biologico di Alleanza cooperative – che la campagna #IOPARLOBIO sia solo l’inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità”, ha concluso Torriani. “Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all’iniziativa, è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni finanziarie, al fine di dare efficacia all’azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica”. “Il momento congiunturale che vive il settore è, come noto, alquanto delicato – ha concluso – per via del calo del potere di acquisto dei

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

consumatori. Per far crescere i consumi di prodotti bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. La cooperazione è pronta a svolgere al riguardo un ruolo di primo piano, rappresentando l'intera filiera produttiva".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

newsbiella.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 311
Utenti unici: 13.000

https://www.newsbiella.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

liberoreporter.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 285
Utenti unici: 11.000

Link originale: https://www.liberoreporter.it/2023/09/ambiente/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa#...

Libero Reporter

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 18:10

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

liberoreporter.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 285
Utenti unici: 11.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

iltirreno.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 282
Utenti unici: 11.000

https://www.iltirreno.it/ultimora-adnkronos/2023/09/07/news/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea-1.100378157

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

lasvolta.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 282
Utenti unici: 10.000

https://www.lasvolta.it/ultimora/86866

Ultimo'ora: La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall’acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l’ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

11/09/2023

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 278
Utenti unici: 10.000

https://greenplanet.net/al-via-la-campagna-di-masaf-e-ismea-per-promuovere-il-consumo-di-bio-made-in-italy/

#IOPARLO, la campagna MASAF – ISMEA per la promozione del bio Made in Italy

È stata lanciata nei giorni scorsi a Bologna, in occasione del SANA, la nuova campagna di comunicazione istituzionale, dal titolo #IOPARLO, promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, in collaborazione con ISMEA, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini, presidente di Federbio, Nicoletta Maffini, presidente di Assobio, Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

Una campagna importante, volta a promuovere il settore e ricordare al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, proprio nel momento in cui le vendite di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA, infatti, gli acquisti domestici hanno segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

La campagna media integrata, del valore complessivo attorno agli 800mila euro, prenderà il via nelle prossime settimane e sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e su una serie di video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna annunci digital e stampa con diversi contenuti che veicolano un solo e unico concept: l'acquisto di prodotti biologici produce ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore. Un messaggio racchiuso in una call to

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa” mentre la dichiarazione di devozione dei testimonial verso il mondo del bio viene resa nota ed esplicita con l’hashtag #IOPARLO. L’immagine coordinata, invece, prevede una creatività che risponde alla necessità di rafforzare la riconoscibilità del marchio BIO valorizzando l’impatto positivo del biologico per sé stessi e per l’ambiente. Una campagna dove il consumatore è protagonista, con un claim molto diretto, che ricorda come dall’ambiente alla tavola sia tutto collegato in un circolo virtuoso e che dall’acquisto di prodotti biologici derivano una serie di benefici per l’ambiente.

Nei visual gli ortaggi che si fondono con gli animali sono una metafora di questo collegamento volti ad incuriosire il target e spingerlo a scoprire il mondo BIO.

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al bio, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della GDO. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del bio.

È emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero marchio del bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta “Biologico” come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare bio – purtroppo -anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

(il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).

Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti bio e quelli naturali/artigianali, laddove il bio è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

20/09/2023

greenplanet.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 272
Utenti unici: 10.000

https://greenplanet.net/in-gu-il-piano-nazionale-delle-sementi-bio-torriani-cons-marche-biologiche-siamo-sulla-strada-giusta-ma-serve-collaborazione-di-tutta-la-filiera/

In GU il Piano Nazionale delle Sementi Bio, Torriani (Cons. Marche Biologiche): “Strada giusta ma serve una collaborazione di filiera”

È stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale il decreto di adozione del Piano Nazionale delle Sementi Biologiche.

“Si tratta di una questione importante, che finora ha rappresentato una criticità del sistema del bio in Italia: a fronte di un forte aumento delle produzioni, le realtà che hanno investito sulla produzione di sementi biologiche sono infatti ancora poche”, ha commentato a GreenPlanet Francesco Torriani, agronomo, responsabile della Montebello Cooperativa Agrobiologica (parte dell’ecosistema Girolomoni) e presidente del Consorzio Marche Biologiche oltre che coordinatore nazionale del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari. Torriani riconosce al Piano un obiettivo importante per la filiera del bio, ovvero di mirare a ridurre il numero di deroghe per l’uso di sementi non biologiche e, al contempo, aumentare la disponibilità delle sementi bio. “La sua stessa finalità mette in luce una criticità formale del sistema, che si cerca di risolvere puntando su un aspetto qualitativo che passa da un maggior investimento nella produzione di semi e nella selezione di nuove varietà che meglio si adattano al metodo biologico e biodinamico di coltivazione, semi e varietà più resistenti, dalla buona germinabilità e non contaminate da patogeni. Stessa cosa per quanto riguarda il materiale eterogeneo biologico”.

Promuovere la selezione di varietà bio adatte alla produzione biologiche o significa anche sostenere il miglioramento genetico partecipativo per la selezione di piante che rispondano ai bisogni degli agricoltori, adattandosi ai diversi contesti ambientali

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

e climatici e ai diversi sistemi colturali.

“Con il Consorzio Marche Biologiche, da anni investiamo nella moltiplicazione di varietà selezionate insieme a ricercatori e produttori di bio con l’intenzione di trovare proposte dalle rese sempre più performanti. Proprio grazie a queste attività di ricerca – ha continuato Torriani -, quest’anno per la prima volta verrà seminata la varietà di grano duro INIZIO, dalla caratteristica taglia media che supera i problemi legati all’allettamento dei grani antichi, tipicamente molto alti, e quelli delle nuove varietà, che producono piante molto basse e quindi vulnerabili se non adeguatamente trattate. Inoltre, la selezione delle nuove varietà di grano duro adatte per il bio deve andare verso ideotipi che mostrano un buon grado di accestimento, poiché la produzione di culmi secondari aumenta la competitività della pianta di grano nei confronti delle infestanti, limitandone la presenza”.

Il Piano Nazionale delle Sementi Biologiche sarà aggiornato con cadenza triennale con il supporto scientifico del CREA. Il lavoro scientifico che sta alla base di questa nuova norma è uno degli aspetti più positivi secondo Torriani: “Il PNSB si sviluppa in macroaree. Centrali dal mio punto di vista sono la macroarea dell’Innovazione e quella che prevede il supporto delle filiere sementiere. Sono i due aspetti strategici da sostenere con la massima determinazione”. Ma avvisa: “Affinché si promuova davvero l’uso di semi e di varietà adatte per il metodo biologico e biodinamico e si risolva definitivamente la questione delle sementi in deroga occorre sostenere le filiere sementiere. È infatti illusorio pensare che le aziende agricole da sole riescano investire in innovazione, attraverso il miglioramento genetico, e successivamente nella moltiplicazione delle nuove varietà. È fondamentale costruire partenariati, favorire collaborazione tra tutti gli attori della filiera, all’interno del quale è auspicabile che ci sia un protagonismo dei produttori riuniti in forme di aggregazione, quali cooperative e /o consorzi”.

Ed è quello che già succede nelle Marche, dove la Filiera Regionale è già operativa con un programma di semina promosso dal Consorzio Marche biologico.

Il Consorzio, nell’ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A “Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali”, organizza anche una serie di incontri per approfondire tutta una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

serie di argomenti importanti per la gestione della azienda agricola biologica: dal nuovo quadro normativo della PAC all'applicazione degli eco-schemi, dalla gestione del rischio in agricoltura, agli aspetti innovativi legati alla filiera sementiera biologica. Una serie di appuntamenti che si traducono in un reciproco scambio di informazioni e conoscenze volto, tra l'altro, alla redazione di un calendario di programmazione delle semine condiviso di campagna in campagna.

"Questi incontri nascono in un contesto abbastanza complicato per il comparto dell'agricoltura biologica perché, dopo anni in cui il mercato cresceva a doppia cifra, ora siamo entrati in una fase di stagnazione, provocata da diversi fattori, non ultimi inflazione e conseguente calo del potere di acquisto delle famiglie – ha concluso Francesco Torriani –. In questo quadro l'obiettivo di Info ConMarcheBio è quello di costruire una vision sul futuro dei seminativi biologici nella Regione Marche e lo faremo in maniera condivisa e partecipata coinvolgendo le principali operatori della nostra Regione".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/12/2023

ilcittadinodirecanati.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 255
Utenti unici: 10.000

https://www.ilcittadinodirecanati.it/notizie-territorio-marche/81891-consorzio-marche-biologiche-continuare-nel-segno-della-comunicazione-diffusa-per-far-conoscere-il-bio-e-incentivarne-i-consumi

Consorzio Marche Biologiche: 'Continuare nel segno della comunicazione diffusa per far conoscere il bio e incentivarne i consumi'

ISOLA DEL PIANO - Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta.

Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale. A spiegarlo è Francesco Torriani, presidente del consorzio che promuove la filiera regionale dei seminativi biologici che riunisce 430 imprese agricole dislocate nelle Marche, per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno.

"La strategia comunicativa del 2023 ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici: il Consorzio Marche Biologiche non si è impegnato solo a Francesco Torriani Bilancio 2023comunicare con gli operatori della filiera; – spiega Francesco Torriani al termine di un anno particolarmente intenso per il biologico marchigiano – ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola del Piano, tra stabilimenti produttivi e Monastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

In particolare, è stato organizzato d'estate il press tour a Isola del Piano, organizzato nell'ottica di far conoscere da vicino più che una storia aziendale, la storia del biologico in Italia: numerosi giornalisti si sono dati appuntamento a pochi chilometri da Urbino per vivere negli stessi luoghi in cui, oltre mezzo secolo fa, Gino Girolomoni aveva deciso di riportare la vita in collina, e con essa contribuire alla nascita del biologico in Italia.

"Non si tratta di una comunicazione mainstream, - continua Torriani - ma quella che porteremo avanti nel 2024 sarà una strategia volta a far comprendere l'opportunità del fare filiera per le piccole e medie aziende agricole e per far conoscere alle persone come la pasta biologica marchigiana sia qualitativamente ottima, buona e nutriente, pur mantenendo un prezzo accessibile".

La fotografia scattata dal presidente di CMB arriva dopo un anno difficile dal punto di vista dei consumi, ma comunque importante anche per le nuove risorse stanziate dalla Regione Marche. È notizia piuttosto recente, infatti, l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF), progetto incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani con investimenti immateriali e materiali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

"Il bilancio dell'attività svolta nel 2023 dal Consorzio Marche Biologiche è decisamente positiva, ma per continuare a sostenere questo mercato non c'è altra via se non quella, per l'appunto, dell'alimentazione biologica, motivo per cui rinnovo l'invito alle famiglie italiane a consumare prodotti biologici, che in questo preciso momento dell'anno possono tradursi in una strenna natalizia per fare un regalo non solo buono, ma anche virtuoso" ha concluso Torriani.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lospecialegiornale.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 260
Utenti unici: 9.000

https://www.lospecialegiornale.it/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea »

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

tvsette.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 264
Utenti unici: 9.000

https://www.tvsette.net/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

gazzettadimodena.it

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:28

07 settembre 2023 Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

gazzettadimodena.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 245
Utenti unici: 8.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

07 settembre 2023 Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/11/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 215
Utenti unici: 7.000

https://www.adriaeco.eu/2023/11/09/un-italiano-su-due-non-riconosce-il-logo-ufficiale-dei-cibi-bio/

Un italiano su due non riconosce il logo ufficiale dei cibi BIO

Il logo con la fogliolina verde è un simbolo inflazionato fra le corsie di mercati e supermercati: per il consumatore medio diventa sempre più difficile destreggiarsi fra un prodotto biologico ed uno sostenibile o ecologico.

“Da un’indagine condotta da SWG presentata in occasione di Sana 2023, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto biologico è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo motivo, come Consorzio Marche Bio, desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando nell’urbinate incontri sul territorio insieme ai commercianti e ai gruppi di distribuzione: – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio”.

A Montebello di Isola del Piano, a pochi chilometri da Urbino, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore ed ai negozianti si terranno lunedì 20 e domenica 26 novembre. Sabato 11 novembre la giornata sarà invece dedicata ai gruppi di acquisto solidale ed associazioni locali. Per entrambe le occasioni il Consorzio Marche Biologiche ha in programma la visita agli stabilimenti, la degustazione di pasta guidata dall’enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste, principali produzioni oggetto delle attività promozionali nell’ambito della filiera promossa dal Consorzio Marche Biologiche.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Gli incontri hanno l’obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali ed in particolare della pasta prodotta nell’ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire a cittadini, operatori di settore, associazioni ed enti gli strumenti per distinguere un prodotto biologico – spiega Torriani – É infatti fondamentale rimarcare l’importanza della certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, ed i secondi per poter avere garanzie precise. In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l’agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni: in questo senso la sede di Isola del Piano fondata da uno dei più importanti pionieri dell’agricoltura biologica italiana ci sembra il luogo ideale in cui farlo”.

Gli eventi di novembre organizzati dal Consorzio Marche Biologiche rientrano nell’ambito del progetto Promo ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 3.2. – Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno, Operazione A “Azioni di informazione e promozione dei prodotti di qualità – FA 3A”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/09/2023

viverepesaro.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 208
Utenti unici: 7.000

https://www.viverepesaro.it/2023/09/27/montefelcino-convegno-sulla-riforma-della-pac-e-il-suo-impatto-nei-seminativi-nellambito-del-progetto-info-conmarchebio/173187

Montefelcino: convegno sulla riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi, nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio

La riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi al centro dell'ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche e rivolto agli addetti del settore agricolo. L'importante convegno dal titolo: "Nuovo quadro normativo: PAC, seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione", si terrà venerdì 29 settembre, dalle 17 alle 20, presso il ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU). Interverranno, tra gli altri, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani e l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini.«Il settore dell'agricoltura biologica deve affrontare nuove sfide e il modo migliore è farlo in maniera organizzata. L'approccio della filiera è quello più adatto per valorizzare la produzione biologica regionale e per far sì che le aziende programmino la semina in base alle esigenze del mercato- spiega Torriani -. L'innovazione nella filiera sementiera è molto importante; è necessario quindi fare un salto di qualità e selezionare nuove varietà che si adattino al biologico. Infine, il tema della gestione del rischio in agricoltura, scelta sempre più strategica per gli imprenditori agricoli alle prese con gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle produzioni delle colture. Nel convegno di venerdì parleremo di questo e di altre tematiche fondamentali per la gestione dell'azienda agricola biologica».L'appuntamento del 29 settembre chiude il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. - Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Si parlerà delle politiche agricole a sostegno delle filiere

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologiche; di come gestire una rotazione agronomica conforme alla normativa di settore e alla nuova Pac; della gestione, prevista dalla nuova Pac, del rischio in agricoltura dovuto ai cambiamenti climatici e del perché sostenere la filiera sementiera biologica.Apriranno i lavori Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, Pierfrancesco Fattori, presidente Montebello Cooperativa Agrobiologica e Giovanni Battista Girolomoni, presidente Cooperativa agricola Girolomoni. A seguire le relazioni del Prof. Francesco Solfanelli dell'Università Politecnica delle Marche, del dott. Lorenzo Razzi della Montebello Cooperativa Agrobiologica, della dott.ssa Barbara Minisci di Confcooperative Fedagripesca e della dott.ssa Federica Bigongiali della Fondazione Seminare il Futuro. Dopo il dibattito, al termine dell'incontro, è previsto anche l'intervento dell'assessore regionale Andrea Maria Antonini.Chi desidera partecipare all'iniziativa è pregato di comunicare la partecipazione telefonando allo 0721/720221 (orario ufficio), al 349.0059290 o inviando una mail a: segreteria@montebellobio.it

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

18/09/2023

viveremacerata.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 200
Utenti unici: 7.000

https://www.viveremacerata.it/2023/09/19/info-con-marchebio-incontro-a-corridonia/167626

Info con MarcheBio, incontro a Corridonia

2' di lettura 18/09/2023 - Chi pensa che lavorare in agricoltura significhi non partecipare a corsi di aggiornamento cade in errore. Parte oggi il primo seminario del Consorzio Marche Biologiche per informare gli addetti del settore. All'agriturismo L'Oasi di Pierino a Ponzano di Fermo, dalle 17 alle 20 gli esperti Francesco Torriani, Alberto Zannini, Alessandro Vecchi e Francesco Solfanelli interverranno al primo seminario del più ampio progetto Info ConMarcheBio, realizzato nell'ambito del Progetto Integrato di Filiera - PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Fanno parte di questa rete le principali cooperative specializzate in agricoltura biologica, 430 aziende agricole, per una SAU contrattualizzata di filiera di oltre 8 mila ettari per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno. "Questi incontri nascono in un contesto abbastanza complicato per il comparto dell'agricoltura biologica perché, dopo anni in cui il mercato cresceva a doppia cifra, ora siamo entrati in una fase di stagnazione, provocata da diversi fattori, non ultimi inflazione e conseguente calo del potere di acquisto delle famiglie – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – In questo quadro l'obiettivo di Info ConMarcheBio è quello di costruire una vision sul futuro dei seminativi biologici nella Regione Marche e lo faremo in maniera condivisa e partecipata coinvolgendo le principali operatori della nostra regione". Gli altri appuntamenti con la formazione sulle sementi bio, con lo stesso orario, si terranno lunedì 18 settembre all'Hotel Grassetti di Corridonia, venerdì 22 settembre alla Cantina Mario Lucchetti di Morro d'Alba e infine lunedì 25 settembre presso l'Agriturismo La Faggiola a Macerata Feltria (PU). In particolare quest'ultimo incontro sarà declinato sulle tecniche innovative per l'agricoltura biologica fra

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sviluppo, riproduzione ed utilizzo di varietà biologiche. Gli incontri formativi rivolti al mondo agricolo termineranno venerdì 29 settembre al Ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU) con un importante convegno su ‘Nuovo quadro normativo: PAC seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione’. Interverrà, oltre ai tecnici relatori, anche l’Assessore regionale all’Agricoltura Andrea Maria Antonini.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/12/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 221
Utenti unici: 7.000

https://www.adriaeco.eu/2023/12/06/consorzio-marche-biologiche-continuare-nel-segno-della-comunicazione-diffusa-per-far-conoscere-il-bio-e-incentivarne-i-consumi/

Consorzio Marche Biologiche: 'Continuare nel segno della comunicazione diffusa per far conoscere il bio e incentivarne i consumi'

Francesco Torriani traccia il bilancio annuale delle attività svolte dal Consorzio Marche Biologiche. Obiettivo 2024: continuare a valorizzare l'incoming per favorire la conoscenza del Made in Marche e la promozione di prodotti bio, con particolare riferimento alla pasta

Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta. Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale. A spiegarlo è Francesco Torriani, presidente del consorzio che promuove la filiera regionale dei seminativi biologici che riunisce 430 imprese agricole dislocate nelle Marche, per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno.

"La strategia comunicativa del 2023 ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici: il Consorzio Marche Biologiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera; – spiega Francesco Torriani al termine di un anno particolarmente intenso per il biologico marchigiano – ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola del Piano, tra stabilimenti produttivi e Monastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

In particolare, è stato organizzato d’estate il press tour a Isola del Piano, organizzato nell’ottica di far conoscere da vicino più che una storia aziendale, la storia del biologico in Italia: numerosi giornalisti si sono dati appuntamento a pochi chilometri da Urbino per vivere negli stessi luoghi in cui, oltre mezzo secolo fa, Gino Girolomoni aveva deciso di riportare la vita in collina, e con essa contribuire alla nascita del biologico in Italia.

“Non si tratta di una comunicazione mainstream, – continua Torriani – ma quella che porteremo avanti nel 2024 sarà una strategia volta a far comprendere l’opportunità del fare filiera per le piccole e medie aziende agricole e per far conoscere alle persone come la pasta biologica marchigiana sia qualitativamente ottima, buona e nutriente, pur mantenendo un prezzo accessibile”.

La fotografia scattata dal presidente di CMB arriva dopo un anno difficile dal punto di vista dei consumi, ma comunque importante anche per le nuove risorse stanziate dalla Regione Marche. È notizia piuttosto recente, infatti, l’approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR – Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF), progetto incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani con investimenti immateriali e materiali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

“Il bilancio dell’attività svolta nel 2023 dal Consorzio Marche Biologiche è decisamente positiva, ma per continuare a sostenere questo mercato non c’è altra via se non quella, per l’appunto, dell’alimentazione biologica, motivo per cui rinnovo l’invito alle famiglie italiane a consumare prodotti biologici, che in questo preciso momento dell’anno possono tradursi in una strenna natalizia per fare un regalo non solo buono, ma anche virtuoso” ha concluso Torriani.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/11/2023

ilmetauro.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 210
Utenti unici: 7.000

https://www.ilmetauro.it/biologico-un-italiano-su-due-non-riconosce-il-logo-uffficiale/

Biologico, un italiano su due non riconosce il logo uffficiale

ISOLA DEL PIANO – Il logo con la fogliolina verde è un simbolo inflazionato fra le corsie di mercati e supermercati: per il consumatore medio diventa sempre più difficile destreggiarsi fra un prodotto biologico ed uno sostenibile o ecologico.

“Da un’indagine condotta da SWG presentata in occasione di Sana 2023, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto biologico è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo motivo, come Consorzio Marche Bio, desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando nell’urbinate incontri sul territorio insieme ai commercianti e ai gruppi di distribuzione: – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio”.

A Montebello, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore ed ai negozianti si terranno lunedì 20 e domenica 26 novembre.

Sabato 11 novembre la giornata sarà invece dedicata ai gruppi di acquisto solidale ed associazioni locali. Per entrambe le occasioni il Consorzio Marche Biologiche ha in programma la visita agli stabilimenti, la degustazione di pasta guidata dall’enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello, pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste, principali produzioni oggetto delle attività promozionali nell’ambito della filiera promossa dal Consorzio Marche Biologiche.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Gli incontri hanno l’obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali ed in particolare della pasta prodotta nell’ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire a cittadini, operatori di settore, associazioni ed enti gli strumenti per distinguere un prodotto biologico – spiega Torriani –

É infatti fondamentale rimarcare l’importanza della certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, ed i secondi per poter avere garanzie precise.

In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l’agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni: in questo senso la sede di Isola del Piano fondata da uno dei più importanti pionieri dell’agricoltura biologica italiana ci sembra il luogo ideale in cui farlo”.

Gli eventi di novembre organizzati dal Consorzio Marche Biologiche rientrano nell’ambito del progetto Promo ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 3.2. – Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno, Operazione A “Azioni di informazione e promozione dei prodotti di qualità – FA 3A”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Vivere Pesaro

Montefelcino: convegno sulla riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi, nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio

09/26/2023 18:01

- L'incontro, organizzato dal Consorzio Marche Biologiche, si terrà dalle 17 alle 20 presso il ristorante "Il Torchio di Montefelcino" (PU). Previsto l'intervento anche dell'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. La riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi al centro dell'ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche e rivolto agli addetti del settore agricolo. L'importante convegno dal titolo: "Nuovo quadro normativo: PAC, seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione", si terrà venerdì 29 settembre, dalle 17 alle 20, presso il ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU). Interverranno, tra gli altri, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani e l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. «Il settore dell'agricoltura biologica deve affrontare nuove sfide e il modo migliore è farlo in maniera organizzata. L'approccio della filiera è quello più adatto per valorizzare la produzione biologica regionale e per far sì che le aziende programmino la semina in base alle esigenze del mercato- spiega Torriani -. L'innovazione nella filiera sementiera è molto importante; è necessario quindi fare un salto di qualità e selezionare nuove varietà che si adattino al biologico. Infine, il tema della gestione del rischio in agricoltura, scelta sempre più strategica per gli imprenditori agricoli alle prese con gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle produzioni delle colture. Nel convegno di venerdì parleremo di questo e di altre tematiche fondamentali per la gestione dell'azienda agricola biologica». L'appuntamento del 29 settembre chiude il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. - Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Si parlerà delle politiche agricole a

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/09/2023

viverepesaro.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 211
Utenti unici: 7.000

Montefelcino: convegno sulla riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi, nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio

- L'incontro, organizzato dal Consorzio Marche Biologiche, si terrà dalle 17 alle 20 presso il ristorante "Il Torchio di Montefelcino" (PU). Previsto l'intervento anche dell'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. La riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi al centro dell'ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche e rivolto agli addetti del settore agricolo. L'importante convegno dal titolo: "Nuovo quadro normativo: PAC, seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione", si terrà venerdì 29 settembre, dalle 17 alle 20, presso il ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU). Interverranno, tra gli altri, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani e l'assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. «Il settore dell'agricoltura biologica deve affrontare nuove sfide e il modo migliore è farlo in maniera organizzata. L'approccio della filiera è quello più adatto per valorizzare la produzione biologica regionale e per far sì che le aziende programmino la semina in base alle esigenze del mercato- spiega Torriani -. L'innovazione nella filiera sementiera è molto importante; è necessario quindi fare un salto di qualità e selezionare nuove varietà che si adattino al biologico. Infine, il tema della gestione del rischio in agricoltura, scelta sempre più strategica per gli imprenditori agricoli alle prese con gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle produzioni delle colture. Nel convegno di venerdì parleremo di questo e di altre tematiche fondamentali per la gestione dell'azienda agricola biologica». L'appuntamento del 29 settembre chiude il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. - Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Si parlerà delle politiche agricole a sostegno delle filiere

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologiche; di come gestire una rotazione agronomica conforme alla normativa di settore e alla nuova Pac; della gestione, prevista dalla nuova Pac, del rischio in agricoltura dovuto ai cambiamenti climatici e del perché sostenere la filiera sementiera biologica. Apriranno i lavori Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, Pierfrancesco Fattori, presidente Montebello Cooperativa Agrobiologica e Giovanni Battista Girolomoni, presidente Cooperativa agricola Girolomoni. A seguire le relazioni del Prof. Francesco Solfanelli dell'Università Politecnica delle Marche, del dott. Lorenzo Razzi della Montebello Cooperativa Agrobiologica, della dott.ssa Barbara Minisci di Confcooperative Fedagripesca e della dott.ssa Federica Bigongiali della Fondazione Seminare il Futuro. Dopo il dibattito, al termine dell'incontro, è previsto anche l'intervento dell'assessore regionale Andrea Maria Antonini. Chi desidera partecipare all'iniziativa è pregato di comunicare la partecipazione telefonando allo 0721/720221 (orario ufficio), al 349.0059290 o inviando una mail a: segreteria@montebellobio.it Questo è un comunicato stampa pubblicato il 26-09-2023 alle 17:58 sul giornale del 27 settembre 2023 4 letture In questo articolo si parla di attualità Consorzio Marche Biologiche comunicato stampa L'indirizzo breve Commenti.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

sordionline.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 174
Utenti unici: 7.000

https://www.sordionline.com/italia/2023/09/il-23-settembre-e-la-giornata-europea-del-biologico/

Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico

“Le risorse finanziarie previste per l’agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione”. È questo l’appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre.

“La programmazione della politica agricola 2023/2027 – argomenta Torriani – ha due obiettivi fondamentali: l’aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere “efficienti” in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi”.

Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana. (Ansa)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

quotidianodibari.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 230
Utenti unici: 7.000

https://quotidianodibari.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Quotidiano di Bari

In aumento il 'tesoretto' delle multe, ma le strade restano poco sicure

Leccese a Palese sfugge al confronto pubblico con Laforgia, Romito e Mangano

Laboratori d'analisi: "Finalmente un decreto-legge in linea con le aspettative"

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". —sostenibilitawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

chivassoggi.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 243
Utenti unici: 7.000

https://www.chivassoggi.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

imperianews.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 220
Utenti unici: 6.000

https://www.imperianews.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lifestyleblog.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 220
Utenti unici: 6.000

Link originale: https://www.lifestyleblog.it/blog/2023/09/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-part#...

Lifestyle Blog

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:27

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lifestyleblog.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 220
Utenti unici: 6.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lavocediasti.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 223
Utenti unici: 6.000

https://www.lavocediasti.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

cittadinapoli.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 189
Utenti unici: 6.000

https://cittadinapoli.com/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda"

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere".

"Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

utilitalia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 222
Utenti unici: 6.000

Link originale: https://www.utilitalia.it/notizia/460c55e1-a190-4403-9da8-33ab25a1eaf7

Utilitalia

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:56

Adnkronos La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

utilitalia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 222
Utenti unici: 6.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Adnkronos La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". Condividi su.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Tiscali

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:44

di Adnkronos Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

ambiente.tiscali.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 218
Utenti unici: 6.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

di Adnkronos Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

gazzettadireggio.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 218
Utenti unici: 6.000

https://www.gazzettadireggio.it/speciale/2023/09/07/news/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea-1.100378157

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

siciliareport.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 215
Utenti unici: 6.000

https://www.siciliareport.it/adnkronos-news/sostenibile/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

un-industria.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 227
Utenti unici: 6.000

https://www.un-industria.it/notizia/118832/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Demeter Italia a Sana 2023: Più bio per tutti: ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?

09/05/2023 10:32 Al Settembre

Demeter Italia, associazione di produttori, distributori e trasformatori biodinamici, fa ritorno a SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale , che quest'anno si svolgerà nel quartiere fieristico di Bologna dal 7 al 9 settembre per il settore "food". Demeter Italia sarà presente alla manifestazione non solo con il proprio stand - Padiglione 29, Stand B44-C49 – ma con due appuntamenti aperti al pubblico, entrambi in programma per l' 8 settembre presso la Sala Notturno del Centro Servizi di Bologna Fiere: alle ore 11.00 si svolgerà la presentazione del libro " Manuale di Viticoltura biodinamica" (Terra Nuova Edizioni 2022) di Adriano Zago, il quale dialogherà con Martina Broggio, agronoma e sustainable wine consultant; alle ore 15 la tavola rotonda "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, e che si avvarrà delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Questi i relatori in programma: Renata Alleva, componente della giunta esecutiva e del comitato scientifico ISDE Enrico Amico, presidente Demeter Italia Giuseppe De Noia, presidente nazionale Anabio CIA Damiano Di Simine, responsabile politiche del suolo Legambiente Franco Ferroni, ufficio sostenibilità WWF e coordinatore della coalizione Cambiamo Agricoltura Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia. Sarà l'occasione per ragionare sugli obiettivi del Green new deal ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/09/2023

AgricolaEU

EAV: € 176
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

Demeter Italia a Sana 2023: Più bio per tutti: ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?

Demeter Italia, associazione di produttori, distributori e trasformatori biodinamici, fa ritorno a SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale , che quest'anno si svolgerà nel quartiere fieristico di Bologna dal 7 al 9 settembre per il settore "food". Demeter Italia sarà presente alla manifestazione non solo con il proprio stand - Padiglione 29, Stand B44-C49 - ma con due appuntamenti aperti al pubblico, entrambi in programma per l' 8 settembre presso la Sala Notturno del Centro Servizi di Bologna Fiere: alle ore 11.00 si svolgerà la presentazione del libro " Manuale di Viticoltura biodinamica" (Terra Nuova Edizioni 2022) di Adriano Zago, il quale dialogherà con Martina Broggio, agronoma e sustainable wine consultant; alle ore 15 la tavola rotonda "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, e che si avvarrà delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Questi i relatori in programma: Renata Alleva, componente della giunta esecutiva e del comitato scientifico ISDE Enrico Amico, presidente Demeter Italia Giuseppe De Noia, presidente nazionale Anabio CIA Damiano Di Simine, responsabile politiche del suolo Legambiente Franco Ferroni, ufficio sostenibilità WWF e coordinatore della coalizione Cambiamo Agricoltura Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia. Sarà l'occasione per ragionare sugli obiettivi del Green new deal ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura, prime fra tutte la Farm to Fork e quella inerente alla biodiversità, e per fare il punto sulla situazione italiana sia dal punto di vista produttivo sia da quello normativo sia per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro paese. Un momento di confronto che Demeter

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ha voluto organizzare proprio per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa e plurale che condivida i medesimi obiettivi.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

infovercelli24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 205
Utenti unici: 5.000

https://www.infovercelli24.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Giornata europea biologico, Alleanza Cooperative: risorse a disposizione del comparto siano indirizzate alle imprese riunite in filiera

09/22/2023 16:54 Con Lollobrigida

"Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al PNRR, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella giornata europea del biologico che si celebra oggi 23 settembre. "La programmazione della politica agricola 2023/2027 – argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi". Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

AgricolaEU

EAV: € 153
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

Giornata europea biologico, Alleanza Cooperative: risorse a disposizione del comparto siano indirizzate alle imprese riunite in filiera

"Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al PNRR, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella giornata europea del biologico che si celebra oggi 23 settembre. "La programmazione della politica agricola 2023/2027 - argomenta Torriani - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi". Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Sana, Torriani (Alleanza Cooperative): Bene campagna istituzionale "Io parlo bio" per promuovere consumi

09/07/2023 16:25 PRIMO PIANO;

Esprimiamo il nostro apprezzamento per la campagna di comunicazione dei prodotti biologici cheaccoglie in pieno le nostre istanze, più volte avanzate, in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate". Così il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani commenta la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Masaf e realizzata da ISMEA – Istituto di servizi sul mercato agricolo alimentare che è stata presentata oggi al Sana, Salone internazionale del biologico, alla presenza del Sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo. "Abbiamo particolarmente apprezzato – ha dichiarato Torriani – che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente. Positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento". "Auspichiamo tuttavia – ha aggiunto il Coordinatore Biologico di Alleanza cooperative - che la campagna #IOPARLOBIO sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità", ha concluso Torriani. "Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all'iniziativa, è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni finanziarie, al fine di dare efficacia all'azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica". "Il momento congiunturale che vive il settore è, come noto, alquanto delicato – ha concluso - per via del calo del potere di acquisto dei consumatori. Per far crescere i consumi di prodotti bio, che risultano in stagnazione da almeno un

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

AgricolaEU

EAV: € 172
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

Sana, Torriani (Alleanza Cooperative): Bene campagna istituzionale "Io parlo bio" per promuovere consumi

Esprimiamo il nostro apprezzamento per la campagna di comunicazione dei prodotti biologici cheaccoglie in pieno le nostre istanze, più volte avanzate, in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate". Così il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani commenta la campagna istituzionale di comunicazione sull'agricoltura biologica, promossa dal Masaf e realizzata da ISMEA - Istituto di servizi sul mercato agricolo alimentare che è stata presentata oggi al Sana, Salone internazionale del biologico, alla presenza del Sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo. "Abbiamo particolarmente apprezzato - ha dichiarato Torriani - che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente. Positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento". "Auspichiamo tuttavia - ha aggiunto il Coordinatore Biologico di Alleanza cooperative - che la campagna #IOPARLOBIO sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità", ha concluso Torriani. "Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all'iniziativa, è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni finanziarie, al fine di dare efficacia all'azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica". "Il momento congiunturale che vive il settore è, come noto, alquanto delicato - ha concluso - per via del calo del potere di acquisto dei consumatori. Per far crescere i consumi di prodotti bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d'anni, è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. La cooperazione è pronta a svolgere al riguardo un ruolo di primo piano,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

rappresentando l'intera filiera produttiva".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

03/10/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 186
Utenti unici: 5.000

https://www.adriaeco.eu/2023/10/03/info-conmarche-bio-la-filiera-sementiera-di-qualita-per-valorizzare-lagricoltura-biologica/

Info ConMarche Bio: la filiera sementiera di qualità per valorizzare l'agricoltura biologica

Il convegno sulla riforma della Pac, che si è tenuto nei giorni scorsi a Montefelcino, ha chiuso il ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche. Oltre un centinaio gli addetti del settore che hanno partecipato Semi biologici di qualità per valorizzare la filiera. Si è svolto nei giorni scorsi a Montefelcino (PU), l'ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarche Bio, dal titolo: "Nuovo quadro normativo: PAC seminativi – ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione". Oltre un centinaio gli addetti del settore agricolo che hanno partecipato all'interessante convegno che ha trattato argomenti importanti e utili per affrontare le sfide future delle aziende che fanno agricoltura biologica: la riforma della Pac seminativi – ecoschemi, la semina in base alle esigenze del mercato, come gestire una rotazione agronomica conforme alla normativa di settore e alla nuova Pac; la gestione del rischio in agricoltura a causa dei cambiamenti climatici e il tema della filiera per la produzione del seme biologico. «Il progetto di filiera ConMarche Biologiche nasce con l'obiettivo di promuovere i seminatavi biologici nella nostra regione. È un progetto ambizioso- ha dichiarato Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche-, perché si basa su un programma di investimenti di oltre 7 milioni di euro per rendere la nostra filiera più competitiva, professionale, innovativa e quindi più sostenibile dal punto di vista ambientale ed economico. Una filiera che fa qualità deve iniziare da un seme bio di qualità. Per questo investiamo sulla ricerca di nuove varietà che meglio si adattano alla coltivazione biologica». «C'è ancora molto lavoro da fare per la filiera sementiera- ha affermato Federica Bigongiali della Fondazione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Seminare il Futuro-. Oggi gli agricoltori che fanno agricoltura biologica utilizzano soprattutto semente convenzionali in deroga, ma per raggiungere gli obiettivi della Farm To Fork e avere rese migliori è necessario sviluppare una filiera sementiera tutta biologica con semi di qualità». Secondo Giovanni Battista Girolomoni, presidente Cooperativa agricola Girolomoni, «per il bio questo è un momento importante, servono però incentivi e filiere». A questo proposto, per quanto concerne la nuova Pac, il Prof. Francesco Solfanelli dell'Università Politecnica delle Marche, ha rivelato che «ci si aspettava una spinta propulsiva più forte per stimolare il settore e raggiungere l'obiettivo UE del 25% di agricoltura biologica entro il 2030 previsto dalla Farm to Fork. Invece parte dei fondi destinati all'offerta, ovvero i sostegni per gli agricoltori, dovranno essere utilizzati anche per stimolare la domanda, quindi i consumatori. Servono azioni promozionali per far conoscere e incentivare l'acquisto dei prodotti biologici presenti sul mercato». Il convegno, ospitato presso il ristorante "Il Torchio di Montefelcino", ha chiuso il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell'ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". All'incontro sono intervenuti anche Pierfrancesco Fattori, presidente Montebello Cooperativa Agrobiologica, Lorenzo Razzi Agronomo consulente del Consorzio Marche Biologiche, Barbara Minisci di Confcooperative Fedagripesca e il funzionario della Regione Marche Sergio Urbinati.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/10/2023

ADVFN

EAV: € 152
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

https://it.advfn.com/mercati/notizie/92197439/biologico-alleanza-coop-in-piano-nazionale-prior

Biologico: Alleanza coop, in piano nazionale priorita' a rafforzamento filiere

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 04 ott - Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio, l'Alleanza delle cooperative agroalimentare ha incontrato il sottosegretario all'Agricoltura Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e gli strumenti del piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere. Abbiamo ribadito - ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani - come abbiamo già fatto nei diversi tavoli di confronto avuti al ministero, la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

quotidianodifoggia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 207
Utenti unici: 5.000

https://quotidianodifoggia.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Quotidiano di Foggia

Impianto Maia Rigenera a Lucera, la nuova fase dell'anaerobico

Rignanese (Fi): "La faccia tosta di Pd e M5s su via Almirante"

Oggi la consegna della "Piccola biblioteca gialla"

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". —sostenibilitawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

26/09/2023

cronachemarche.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 173
Utenti unici: 5.000

https://www.cronachemarche.it/la-riforma-della-pac-e-lagricoltura-biologica/

La riforma della PAC e l’agricoltura biologica

Montefelcino (PU) – La riforma della Pac e il suo impatto nei seminativi al centro dell’ultimo incontro informativo organizzato dal Consorzio Marche Biologiche e rivolto agli addetti del settore agricolo. L’importante convegno dal titolo: “Nuovo quadro normativo: PAC, seminativi – ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione”, si terrà venerdì 29 settembre, dalle 17 alle 20, presso il ristorante Il Torchio di Montefelcino (Pesaro). Interverranno, tra gli altri, il presidente del Consorzio Marche Biologiche Francesco Torriani e l’assessore regionale all’Agricoltura Andrea Maria Antonini. «Il settore dell’agricoltura biologica deve affrontare nuove sfide e il modo migliore è farlo in maniera organizzata. L’approccio della filiera è quello più adatto per valorizzare la produzione biologica regionale e per far sì che le aziende programmino la semina in base alle esigenze del mercato- spiega Torriani-. L’innovazione nella filiera sementiera è molto importante; è necessario quindi fare un salto di qualità e selezionare nuove varietà che si adattino al biologico. Infine, il tema della gestione del rischio in agricoltura, scelta sempre più strategica per gli imprenditori agricoli alle prese con gli effetti negativi dei cambiamenti climatici sulle produzioni delle colture. Nel convegno di venerdì parleremo di questo e di altre tematiche fondamentali per la gestione dell’azienda agricola biologica». L’appuntamento del 29 settembre chiude il primo ciclo di seminari organizzato dal Consorzio Marche Biologiche nell’ambito del progetto Info ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A “Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali”. Si parlerà delle politiche agricole a sostegno delle filiere biologiche; di come gestire una rotazione agronomica conforme alla normativa di settore e alla nuova Pac; della gestione,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

prevista dalla nuova Pac, del rischio in agricoltura dovuto ai cambiamenti climatici e del perché sostenere la filiera sementiera biologica. Apriranno i lavori Francesco Torriani, presidente Consorzio Marche Biologiche, Pierfrancesco Fattori, presidente Montebello Cooperativa Agrobiologica e Giovanni Battista Girolomoni, presidente Cooperativa agricola Girolomoni. A seguire le relazioni del Prof. Francesco Solfanelli dell'Università Politecnica delle Marche, del dott. Lorenzo Razzi della Montebello Cooperativa Agrobiologica, della dott.ssa Barbara Minisci di Confcooperative Fedagripesca e della dott.ssa Federica Bigongiali della Fondazione Seminare il Futuro. Dopo il dibattito, al termine dell'incontro, è previsto anche l'intervento dell'assessore regionale Andrea Maria Antonini.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

"Più bio per tutti: ce lo chiede l'europa. Siamo pronti?" – Demeter Italia accende i riflettori sul tema dell'agroalimentare

09/11/2023 14:09 Al Settembre, Domanda Dragone, Ma Prezzo

Si è tenuto venerdì 8 settembre a SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale, il convegno "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", voluto da Demeter Italia per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa che condivida i medesimi obiettivi. La tavola rotonda, moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, si è avvalsa delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Un'occasione per ragionare sugli obiettivi del Green new deal, che indica un percorso ben definito, orientato a trasformare l'UE nel primo territorio ad impatto climatico zero entro il 2050, ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura e dell'ambiente - la " Farm to Fork: dal produttore al consumatore " strettamente connessa alla strategia "Biodiversità" - e per fare inoltre chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro paese. Gli obiettivi della Farm to Fork da raggiungere entro il 2030 consistono nella riduzione del 50% dei pesticidi chimici, di almeno il 20% dei fertilizzanti e del 50% delle vendite di antimicrobici e antibiotici, oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico entro il 2030. In Italia i terreni a conduzione biologica sono circa il 18% della SAU - una situazione decisamente buona rispetto ad altri paesi europei – quindi l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, ma i relatori hanno concordato sul fatto che questo obiettivo quantitativo non può essere considerato in sé, deve essere

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

11/09/2023

AgricolaEU

EAV: € 204
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

"Più bio per tutti: ce lo chiede l'europa. Siamo pronti?" - Demeter Italia accende i riflettori sul tema dell'agroalimentare

Si è tenuto venerdì 8 settembre a SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale, il convegno "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", voluto da Demeter Italia per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa che condivida i medesimi obiettivi. La tavola rotonda, moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, si è avvalsa delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Un'occasione per ragionare sugli obiettivi del Green new deal, che indica un percorso ben definito, orientato a trasformare l'UE nel primo territorio ad impatto climatico zero entro il 2050, ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura e dell'ambiente - la " Farm to Fork: dal produttore al consumatore " strettamente connessa alla strategia "Biodiversità" - e per fare inoltre chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro paese. Gli obiettivi della Farm to Fork da raggiungere entro il 2030 consistono nella riduzione del 50% dei pesticidi chimici, di almeno il 20% dei fertilizzanti e del 50% delle vendite di antimicrobici e antibiotici, oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico entro il 2030. In Italia i terreni a conduzione biologica sono circa il 18% della SAU - una situazione decisamente buona rispetto ad altri paesi europei - quindi l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, ma i relatori hanno concordato sul fatto che questo obiettivo quantitativo non può essere considerato in sé, deve essere visto in un'ottica di sistema: questo è stato il fil rouge di tutti gli interventi. Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane ha sottolineato la necessità di incentivare le "politiche

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

agricole a favore della produzione biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso", per un sistema 'smart', sostenibile e professionale". Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche ha esposto le ragioni di uno sguardo fiducioso verso il futuro ricordando come "la conversione al biologico e alla biodinamica continua ad attrarre nuove aziende, in particolare imprese condotte da donne e da giovani", senza dimenticare però che " la criticità è rendere il contesto produttivo il più proficuo possibile: a livello di prezzi e consumi". Franco Ferroni, dell'ufficio sostenibilità WWF e coordinatore della coalizione Cambiamo Agricoltura, ha ribadito l'importanza di "una grande alleanza tra mondo agricolo, consumatori e associazioni ambientaliste. Il piano strategico nazionale anticipa al 2027 il raggiungimento del 25% delle superfici coltivabili a conduzione biologica e la filiera produttiva deve dimostrare di saper cogliere questa opportunità e di perseguire gli obiettivi del Green Deal con un approccio sistemico". Sull'importanza dell'attività anche Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio. "la Farm to Fork impone un modo di lavoro congiunto, in particolare su quattro fronti: i prezzi (talvolta troppo allineati con quelli dei prodotti convenzionali), le certificazioni (la burocrazia costituisce ancora un limite soprattutto per le piccole aziende), i mezzi tecnici (per registrare un principio attivo di origine naturale bisogna seguire lo stesso iter di quelli a formula sintetica) e la zootecnica, con la riduzione degli allevamenti intensivi per rimettere in piedi il legame tra l'animale, l'uomo e la terra". E proprio sull'elemento terra Damiano Di Simine, responsabile politiche del suolo Legambiente, ricorda che "finalmente è arrivata una proposta della Commissione Europea che tiene in considerazione la salute del suolo. È però indispensabile lavorare per non far prevalere la visione delle «corporazioni agricole» europee al fine di intraprendere un viaggio verso un nuovo paradigma agricolo, in grado di sovvertire l'agricoltura convenzionale degli ultimi 70 anni". Dalla salute del suolo a quella delle persone il passo è molto più breve di quanto non si creda. Renata Alleva, nutrizionista e componente della giunta esecutiva e del comitato scientifico ISDE Italia (Associazione Medici per l'Ambiente), sottolinea che "è sempre più difficile trovare un individuo che non sia stato esposto a contaminanti e pesticidi; si tratta della principale causa di tumori. Le politiche agricole da sole, tuttavia, non bastano, bisognerebbe pensare ad iniziative per l'educazione alimentare, soprattutto nelle scuole". In questo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

quadro così complesso, i consumatori possono giocare un ruolo chiave e Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia, precisa come sono le aziende che "devono fornire ai consumatori tutti gli elementi per fare la scelta migliore; solo in questo modo questi ultimi potranno scegliere consapevolmente prodotti che facciano loro del bene comprendendo il valore di una spesa che è non è solo alimentare ma è un investimento in ambiente e salute". In altri paesi europei questa consapevolezza è già forte, come dimostrano le aziende biodinamiche italiane che mediamente fatturano per il 70% è al di fuori del Belpaese. Enrico Amico, presidente di Demeter Italia, ritiene che "questo succeda perché, attraverso un marchio riconosciuto come Demeter, il consumatore instaura una relazione di totale fiducia nei confronti del produttore. In quest'ottica, per incentivare tale processo anche da noi, abbiamo bisogno di strumenti, come ricerca e formazione, che anche quando non ci saranno più i finanziamenti europei, rendano sostenibile a lungo termine la transizione verso il modello biologico e biodinamico".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Biologico, Alleanza Cooperative: Piano d'azione nazionale, puntare a sostegno della domanda e rafforzare filiere

10/04/2023 17:00

Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle CooperativeAgroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere". "Abbiamo ribadito – ha dichiarato il Coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – come abbiamo già fatto nei diversi tavoli di confronto avuti al ministero, la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste". Nel corso dell'incontro, nel quale il presidente Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, dal vino alla pasta all'ortofrutta, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, che sono finalizzati com'è noto a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

AgricolaEU

EAV: € 178
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

Biologico, Alleanza Cooperative: Piano d'azione nazionale, puntare a sostegno della domanda e rafforzare filiere

Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle CooperativeAgroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere". "Abbiamo ribadito - ha dichiarato il Coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani - come abbiamo già fatto nei diversi tavoli di confronto avuti al ministero, la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste". Nel corso dell'incontro, nel quale il presidente Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, dal vino alla pasta all'ortofrutta, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, che sono finalizzati com'è noto a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni". Tra i temi affrontati nel colloquio con il Sottosegretario D'Eramo, anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, al fine di poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgroAlimentareNews

Filiera Bio, in arrivo oltre 7 mln per le Marche

09/22/2023 18:08

Il nuovo progetto per la filiera biologica nelle Marche non poteva partire in una settimana migliore: proprio a ridosso della Giornata Europea per il Bio che cade domani, sabato 23 settembre, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini - Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica". "A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di " Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

agroalimentarenews.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 177
Utenti unici: 5.000

Filiera Bio, in arrivo oltre 7 mln per le Marche

Il nuovo progetto per la filiera biologica nelle Marche non poteva partire in una settimana migliore: proprio a ridosso della Giornata Europea per il Bio che cade domani, sabato 23 settembre, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini - Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica". "A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di " Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" commenta Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche. Sarà quindi importante aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

famiglie, ma anche ai giovani per i quali la salute e la tutela dell'ambiente sono valori non più trascurabili. Il progetto prevede delle azioni promozionali specifiche, quali incontri con stampa e cittadinanza, ma anche campagne di informazione e di sensibilizzazione, giornate aperte a grandi e piccini e workshop. Il Consorzio marchigiano ad oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La SAU (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lavocedialba.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 208
Utenti unici: 5.000

https://www.lavocedialba.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

15/09/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 185
Utenti unici: 5.000

https://www.adriaeco.eu/2023/09/15/al-via-info-conmarchebio-gli-incontri-rivolti-agli-addetti-del-settore-bio/

Al via 'Info Conmarchebio', gli incontri rivolti agli addetti del settore bio

Chi pensa che lavorare in agricoltura significhi non partecipare a corsi di aggiornamento cade in errore. Parte oggi il primo seminario del Consorzio Marche Biologiche per informare gli addetti del settore. All'agriturismo L'Oasi di Pierino a Ponzano di Fermo, dalle 17 alle 20 gli esperti Francesco Torriani, Alberto Zannini, Alessandro Vecchi e Francesco Solfanelli interverranno al primo seminario del più ampio progetto Info ConMarcheBio, realizzato nell'ambito del Progetto Integrato di Filiera – PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Fanno parte di questa rete le principali cooperative specializzate in agricoltura biologica, 430 aziende agricole, per una SAU contrattualizzata di filiera di oltre 8 mila ettari per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno. FRANCESCO TORRIANI PRESIDENTE COMITATO AGRICOLTURA BIOLOGICA "Questi incontri nascono in un contesto abbastanza complicato per il comparto dell'agricoltura biologica perché, dopo anni in cui il mercato cresceva a doppia cifra, ora siamo entrati in una fase di stagnazione, provocata da diversi fattori, non ultimi inflazione e conseguente calo del potere di acquisto delle famiglie – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – In questo quadro l'obiettivo di Info ConMarcheBio è quello di costruire una vision sul futuro dei seminativi biologici nella Regione Marche e lo faremo in maniera condivisa e partecipata coinvolgendo le principali operatori della nostra regione". Gli altri appuntamenti con la formazione sulle sementi bio, con lo stesso orario, si terranno lunedì 18 settembre all'Hotel Grassetti di Corridonia, venerdì 22 settembre alla Cantina Mario Lucchetti di Morro d'Alba e infine lunedì 25 settembre

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

presso l'Agriturismo La Faggiola a Macerata Feltria (PU). In particolare quest'ultimo incontro sarà declinato sulle tecniche innovative per l'agricoltura biologica fra sviluppo, riproduzione ed utilizzo di varietà biologiche. Gli incontri formativi rivolti al mondo agricolo termineranno venerdì 29 settembre al Ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU) con un importante convegno su 'Nuovo quadro normativo: PAC seminativi – ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione'. Interverrà, oltre ai tecnici relatori, anche l'Assessore regionale all'Agricoltura Andrea Maria Antonini. Le aree tematiche saranno quattro: l'evoluzione del contesto normativo europeo con l'avvio della riforma della PAC seminativi, l'evoluzione del contesto normativo relativo alla gestione del rischio nelle aziende agricole ed agroalimentari (nuovo fondo AgriCAT, polizze parametriche e multirischio), ricerca e sviluppo di varietà biologiche per la filiera dei seminativi, cioè di varietà create nell'ambito di un programma di breeding specifico per la coltivazione biologica e condotto con metodo biologico a partire dalla fase di selezione ed infine l'impiego di attrezzature innovative per la lavorazione conservativa del terreno e di attrezzature innovative per la riduzione degli input. Il progetto si svilupperà nell'arco di 20 mesi e prevede la realizzazione di seminari, convegni, sessioni operative, realizzazione di video tutorial e presenza sui social. Chi desidera partecipare alle iniziative previste è pregato di comunicare la partecipazione telefonando allo 0721/720221 (orario ufficio), al 349.0059290 o inviando una mail a: segreteria@montebellobio.it.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://it.advfn.com/mercati/notizie/92106959/agricoltura-alleanza-coop-concentrare-fondi-per

Agricoltura: Alleanza coop, concentrare fondi per biologico su filiere

(Il Sole 24 Ore Radiocor Plus) - Roma, 22 set - "Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica nel Pnrr, nei Piani di sviluppo regionali e nei Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". Così in una nota Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative agroalimentari nella giornata europea del biologico che si celebra oggi. "La programmazione della politica agricola 2023-27 - aggiunge - ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere efficienti in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi". Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5mila cooperative, 800mila soci produttori, 93mila addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

EAV: € 196
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

https://www.myfruit.it/biologico/2023/09/consumi-al-via-la-campagna-istituzionale-ioparlobio.html

Consumi, al via la campagna istituzionale #ioparlobio

Promossa dal Masaf e realizzata da Ismea è stata presentata ieri a Sana. D'Eramo: "Comunicazione pilastro fondamentale"

Gli stati generali del biologico Rivoluzione Bio, sostenuti dal progetto di promozione Being Organic in Eu cofinanziato dall'Ue e in svolgimento all'interno della 35esima edizione di Sana, hanno evidenziato le grandi opportunità che sta vivendo il biologico tra Piano strategico nazionale (che punta ad arrivare al 25% di Sau bio nel 2027) e Piano d'Azione Nazionale che definisce gli interventi concreti per sostenere lo sviluppo di produzione e consumi di alimenti bio.

Nello specifico, per rafforzare i consumi domestici, alla presenza del Sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo a Sana 2023 è stata lanciata #ioparlobio, la campagna istituzionale di comunicazione del biologico promossa dal ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste (Masaf) e realizzata da Ismea, l'Istituto di servizi sul mercato agricolo alimentare.

Protagonista dello spot tv è Elio, che veste i panni di un produttore bio alle prese con animali, ortaggi, frutta e vini che scandiscono la sua giornata. Momenti diversi, tutti caratterizzati da un dialogo costante all'insegna del rispetto per ogni fase dell'intero processo, dalla produzione alla tavola.

Comunicazione pilastro fondamentale

L' iniziativa è stata sottolineata come centrale anche dal Sottosegretario D'Eramo che – accanto a formazione degli operatori, sostegno al settore e semplificazione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

burocratica – vede proprio nella comunicazione un pilastro fondamentale del Piano d'azione per il biologico per trasferire ai cittadini i valori del bio, sia dal punto di vista della salute che della sostenibilità ambientale.

L'impegno e la disponibilità della politica, che ha avviato un confronto costruttivo con le associazioni sul Piano d'azione per il biologico, possono fornire gli indirizzi strategici affinché risorse e strumenti siano impiegati efficacemente per consolidare la leadership dell'Italia nel biologico.

Al centro i produttori agricoli

"In uno scenario positivo per il biologico, con una crescita degli operatori, delle superfici e delle vendite, emergono alcune criticità e sfide che il Piano d'azione per il biologico deve affrontare – ha dichiarato Maria Grazia Mammuccini, presidente FederBio – In particolare, sarà fondamentale fare crescere di pari passo le produzioni e i consumi che, oggi, stanno risentendo degli effetti dell'inflazione, del cambiamento climatico, che impatta su costi di produzione e rese, oltre che di un quadro generale di instabilità e volatilità. Auspichiamo che il Piano d'azione metta al centro i produttori agricoli affrontando nodi fondamentali quali il giusto prezzo, il marchio made in Italy bio, il sostegno ai distretti bio e il supporto all'export. Infine, crediamo essenziale il supporto agli agricoltori con investimenti in ricerca, innovazione, formazione e servizi per contrastare il cambiamento climatico e andare verso l'affermazione dell'agroecologia".

Comunicare ai giovani

Esprimiamo il nostro apprezzamento per la campagna di comunicazione dei prodotti biologici che accoglie in pieno le nostre istanze, più volte avanzate, in merito alla necessità di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate". Così il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari, Francesco Torriani commenta la campagna istituzionale.

"Abbiamo particolarmente apprezzato che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente – ha commentato Torriani – Positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Auspichiamo tuttavia che la campagna #Ioparlobio sia solo l’inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità – ha aggiunto Torriani. Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all’iniziativa, è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni finanziarie, al fine di dare efficacia all’azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica”.

“Il momento congiunturale che vive il settore è, come noto, alquanto delicato – ha concluso Francesco Torriani – per via del calo del potere di acquisto dei consumatori. Per far crescere i consumi di prodotti bio, che risultano in stagnazione da almeno un paio d’anni, è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d’impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. La cooperazione è pronta a svolgere al riguardo un ruolo di primo piano, rappresentando l’intera filiera produttiva”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

ilsannioquotidiano.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 209
Utenti unici: 5.000

https://www.ilsannioquotidiano.it/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

ilsannioquotidiano.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 209
Utenti unici: 5.000

https://www.ilsannioquotidiano.it/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea-2/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

18/09/2023

cronachemarche.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 177
Utenti unici: 5.000

https://www.cronachemarche.it/marche-biologiche-linflazione-frena-i-consumi/

Marche biologiche, l’inflazione frena i consumi

Fermo- Chi pensa che lavorare in agricoltura significhi non partecipare a corsi di aggiornamento cade in errore. Parte oggi il primo seminario del Consorzio Marche Biologiche per informare gli addetti del settore. All’agriturismo L’Oasi di Pierino a Ponzano di Fermo, dalle 17 alle 20 gli esperti Francesco Torriani, Alberto Zannini, Alessandro Vecchi e Francesco Solfanelli interverranno al primo seminario del più ampio progetto Info ConMarcheBio. Fanno parte di questa rete le principali cooperative specializzate in agricoltura biologica, 430 aziende agricole, per una SAU contrattualizzata di filiera di oltre 8 mila ettari per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all’anno. “Questi incontri nascono in un contesto abbastanza complicato per il comparto dell’agricoltura biologica perché, dopo anni in cui il mercato cresceva a doppia cifra, ora siamo entrati in una fase di stagnazione, provocata da diversi fattori, non ultimi inflazione e conseguente calo del potere di acquisto delle famiglie – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – In questo quadro l’obiettivo di Info ConMarcheBio è quello di costruire una vision sul futuro dei seminativi biologici nella Regione Marche e lo faremo in maniera condivisa e partecipata coinvolgendo le principali operatori della nostra regione”. Gli altri appuntamenti con la formazione sulle sementi bio, con lo stesso orario, si terranno lunedì 18 settembre all’Hotel Grassetti di Corridonia, venerdì 22 settembre alla Cantina Mario Lucchetti di Morro d’Alba e infine lunedì 25 settembre presso l’Agriturismo La Faggiola a Macerata Feltria (PU). In particolare quest’ultimo incontro sarà declinato sulle tecniche innovative per l’agricoltura biologica fra sviluppo, riproduzione ed utilizzo di varietà biologiche. Gli incontri formativi rivolti al mondo agricolo termineranno venerdì 29 settembre al Ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU) con un importante convegno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

su ‘Nuovo quadro normativo: PAC seminativi – ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione’. Interverrà, oltre ai tecnici relatori, anche l’Assessore regionale all’Agricoltura Andrea Maria Antonini. Le aree tematiche saranno quattro: l’evoluzione del contesto normativo europeo con l’avvio della riforma della PAC seminativi, l’evoluzione del contesto normativo relativo alla gestione del rischio nelle aziende agricole ed agroalimentari (nuovo fondo AgriCAT, polizze parametriche e multirischio), ricerca e sviluppo di varietà biologiche per la filiera dei seminativi, cioè di varietà create nell’ambito di un programma di breeding specifico per la coltivazione biologica e condotto con metodo biologico a partire dalla fase di selezione ed infine l’impiego di attrezzature innovative per la lavorazione conservativa del terreno e di attrezzature innovative per la riduzione degli input. Il progetto si svilupperà nell’arco di 20 mesi e prevede la realizzazione di seminari, convegni, sessioni operative, realizzazione di video tutorial e presenza sui social. L'articolo Marche biologiche, l’inflazione frena i consumi proviene da Cronache Marche.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

worldmagazine.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 205
Utenti unici: 5.000

Link originale: https://www.worldmagazine.it/936478/

World Magazine

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 19:23

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

worldmagazine.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 205
Utenti unici: 5.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". Fonte : Adn Kronos.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

18/09/2023

ilcittadinodirecanati.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 196
Utenti unici: 5.000

https://www.ilcittadinodirecanati.it/notizie-territorio-marche/80059-al-via-info-conmarchebio-gli-incontri-rivolti-agli-addetti-del-settore-bio

Al via "Info Conmarchebio", gli incontri rivolti agli addetti del settore bio

FERMO - Chi pensa che lavorare in agricoltura significhi non partecipare a corsi di aggiornamento cade in errore. Parte oggi il primo seminario del Consorzio Marche Biologiche per informare gli addetti del settore.All'agriturismo L'Oasi di Pierino a Ponzano di Fermo, dalle 17 alle 20 gli esperti Francesco Torriani, Alberto Zannini, Alessandro Vecchi e Francesco Solfanelli interverranno al primo seminario del più ampio progetto Info ConMarcheBio, realizzato nell'ambito del Progetto Integrato di Filiera - PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Fanno parte di questa rete le principali cooperative specializzate in agricoltura biologica, 430 aziende agricole, per una SAU contrattualizzata di filiera di oltre 8 mila ettari per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno."Questi incontri nascono in un contesto abbastanza complicato per il comparto dell'agricoltura biologica perché, dopo anni in cui il mercato cresceva a doppia cifra, ora siamo entrati in una fase di stagnazione, provocata da diversi fattori, non ultimi inflazione e conseguente calo del potere di acquisto delle famiglie – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – In questo quadro l'obiettivo di Info ConMarcheBio è quello di costruire una vision sul futuro dei seminativi biologici nella Regione Marche e lo faremo in maniera condivisa e partecipata coinvolgendo le principali operatori della nostra regione".Gli altri appuntamenti con la formazione sulle sementi bio, con lo stesso orario, si terranno lunedì 18 settembre all'Hotel Grassetti di Corridonia, venerdì 22 settembre alla Cantina Mario Lucchetti di Morro d'Alba e infine lunedì 25 settembre presso

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

l’Agriturismo La Faggiola a Macerata Feltria (PU). In particolare quest’ultimo incontro sarà declinato sulle tecniche innovative per l'agricoltura biologica fra sviluppo, riproduzione ed utilizzo di varietà biologiche.Gli incontri formativi rivolti al mondo agricolo termineranno venerdì 29 settembre al Ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU) con un importante convegno su ‘Nuovo quadro normativo: PAC seminativi - ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in agricoltura e innovazione’. Interverrà, oltre ai tecnici relatori, anche l’Assessore regionale all’Agricoltura Andrea Maria Antonini.Le aree tematiche saranno quattro: l’evoluzione del contesto normativo europeo con l’avvio della riforma della PAC seminativi, l’evoluzione del contesto normativo relativo alla gestione del rischio nelle aziende agricole ed agroalimentari (nuovo fondo AgriCAT, polizze parametriche e multirischio), ricerca e sviluppo di varietà biologiche per la filiera dei seminativi, cioè di varietà create nell’ambito di un programma di breeding specifico per la coltivazione biologica e condotto con metodo biologico a partire dalla fase di selezione ed infine l’impiego di attrezzature innovative per la lavorazione conservativa del terreno e di attrezzature innovative per la riduzione degli input.Il progetto si svilupperà nell’arco di 20 mesi e prevede la realizzazione di seminari, convegni, sessioni operative, realizzazione di video tutorial e presenza sui social.
Chi desidera partecipare alle iniziative previste è pregato di comunicare la partecipazione telefonando allo 0721/720221 (orario ufficio), al 349.0059290 o inviando una mail a: Questo indirizzo email è protetto dagli spambots. È necessario abilitare JavaScript per vederlo. .Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell’obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l’energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 430 imprese agricole dislocate sull’intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 20mila tonnellate di materia prima lavorata all’anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all’estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Taranto Buonasera

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:24

Lanciato lo spot per la tv #loparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Lanciato lo spot per la tv #loparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

tarantobuonasera.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 213
Utenti unici: 5.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico'come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

17/09/2023

adriaeco.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 174
Utenti unici: 5.000

https://www.adriaeco.eu/2023/09/17/al-via-a-fermo-gli-incontri-per-gli-addetti-del-settore-bio/

Al via a Fermo gli incontri per gli addetti del settore bio

Al via 'info Conmarchebio', gli incontri rivolti agli addetti del settore
bio
Chi pensa che lavorare in agricoltura significhi non partecipare a corsi di aggiornamento cade in errore. Parte oggi il primo seminario del Consorzio Marche Biologiche per informare gli addetti del settore. All'agriturismo L'Oasi di Pierino a Ponzano di Fermo, dalle 17 alle 20 gli esperti Francesco Torriani, Alberto Zannini, Alessandro Vecchi e Francesco Solfanelli interverranno al primo seminario del più ampio progetto Info ConMarcheBio, realizzato

nell'ambito del Progetto Integrato di Filiera – PSR Marche, Sottomisura 1.2. – Trasferimento
di conoscenze ed azioni di informazione, Operazione A "Azioni informative relative al miglioramento economico delle aziende agricole e forestali". Fanno parte di questa rete le
principali cooperative specializzate in agricoltura biologica, 430 aziende agricole, per una
SAU contrattualizzata di filiera di oltre 8 mila ettari per un totale di 20 mila tonnellate di
materia prima lavorate all'anno.
"Questi incontri nascono in un contesto abbastanza complicato per il comparto
dell'agricoltura biologica perché, dopo anni in cui il mercato cresceva a doppia cifra, ora
siamo entrati in una fase di stagnazione, provocata da diversi fattori, non ultimi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

inflazione e
conseguente calo del potere di acquisto delle famiglie – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – In questo quadro l'obiettivo di Info ConMarcheBio è quello di costruire una vision sul futuro dei seminativi biologici nella Regione Marche e lo faremo in maniera condivisa e partecipata coinvolgendo le principali
operatori della nostra regione".
Gli altri appuntamenti con la formazione sulle sementi bio, con lo stesso orario, si terranno
lunedì 18 settembre all'Hotel Grassetti di Corridonia, venerdì 22 settembre alla Cantina Mario Lucchetti di Morro d'Alba e infine lunedì 25 settembre presso l'Agriturismo La Faggiola a Macerata Feltria (PU). In particolare quest'ultimo incontro sarà declinato sulle tecniche innovative per agricoltura biologica fra sviluppo, riproduzione ed utilizzo di varietà
biologiche.
Gli incontri formativi rivolti al mondo agricolo termineranno venerdì 29 settembre al Ristorante Il Torchio di Montefelcino (PU) con un importante convegno su 'Nuovo quadro
normativo: PAC seminativi – ecoschemi, nuovo sistema europeo di gestione del rischio in
agricoltura e innovazione'. Interverrà, oltre ai tecnici relatori, anche l'Assessore regionale
all'Agricoltura Andrea Maria Antonini.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

sbircialanotizia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 200
Utenti unici: 5.000

Link originale: https://www.sbircialanotizia.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna#...

Sbircia la Notizia

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 18:01

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

sbircialanotizia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 200
Utenti unici: 5.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". In base ai contenuti di questo articolo, potrebbero interessarti i seguenti argomenti:.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

AgricolaE.eu

EAV: € 193
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

https://agricolae.eu/giornata-europea-per-il-bioil-consorzio-marche-biologiche-festeggia-con-un-progetto-da-oltre-7-milioni-di-euro/

Giornata europea per il bio:Il Consorzio Marche Biologiche festeggia con un progetto da oltre 7 milioni di euro

Il nuovo progetto per la filiera biologica nelle Marche non poteva partirein una settimana migliore: proprio a ridosso della Giornata Europea per il Bio che cade domani, sabato 23 settembre, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale - commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini - Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica". "A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolareall'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di "Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" commenta Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche. Sarà quindi importante aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie, ma anche ai giovani per i quali la salute e la tutela dell'ambiente sono valori non più trascurabili. Il progetto prevede delle azioni promozionali specifiche, quali incontri con stampa e cittadinanza, ma anche campagne di informazione e di sensibilizzazione, giornate aperte a grandi e piccini e workshop. Il Consorzio marchigiano ad oggi aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La SAU (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all'anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro. ---------- Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 430 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 20mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale. The post Giornata europea per il bio:Il Consorzio Marche Biologiche festeggia con un progetto da oltre 7 milioni di euro first appeared on Agricolae.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

22/09/2023

QUOTIDIANO SOCIALE

EAV: € 175
Utenti unici: 5.000

Argomento: Consorzio

https://www.quotidianosociale.it/agricoltura-nelle-marche-il-distretto-bio-piu-grande-deuropa-lassessore-antonini-ora-investimenti-strategici/

AGRICOLTURA/Nelle Marche il distretto bio più grande d'Europa. L'assessore Antonini: ora investimenti strategici

Il nuovo progetto per la filiera biologica nelle Marche non poteva partire in una settimana migliore: proprio a ridosso della Giornata Europea per il Bio che cade domani, sabato 23 settembre, il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR – Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale – commenta l'assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini – Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica". "A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di "Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all’ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati”, commenta Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche. Il Consorzio marchigiano aggrega in filiera 430 imprese agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera bio made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. La SAU (Superficie Agricola Utilizzata) contrattualizzata di filiera del Consorzio Marche Bio supera gli 8 mila ettari, per un totale di 20 mila tonnellate di materia prima lavorate all’anno, con un fatturato complessivo dalla filiera di oltre 20 milioni di euro. Facebook Twitter WhatsApp LinkedIn Email Messenger L'articolo AGRICOLTURA/Nelle Marche il distretto bio più grande d’Europa. L’assessore Antonini: ora investimenti strategici proviene da Quotidiano Sociale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/12/2023

byinnovation.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 176
Utenti unici: 4.000

https://byinnovation.eu/consorzio-marche-bio-promuove-biologico/

Consorzio Marche Bio promuove biologico

Consorzio Marche Bio promuove biologico. Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta.

Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale.
A spiegarlo è Francesco Torriani, presidente del consorzio che promuove la filiera regionale dei seminativi biologici che riunisce 430 imprese agricole dislocate nelle Marche, per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno.

"La strategia comunicativa del 2023 ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici: il Consorzio Marche Biologiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera; – spiega Francesco Torriani al termine di un anno particolarmente intenso per il biologico marchigiano – ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola del Piano, tra stabilimenti produttivi e Monastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze".

In particolare, è stato organizzato d'estate il press tour a Isola del Piano, organizzato nell'ottica di far conoscere da vicino più che una storia aziendale, la storia del biologico in Italia: numerosi giornalisti si sono dati appuntamento a pochi chilometri da Urbino per vivere negli stessi luoghi in cui, oltre mezzo secolo fa, Gino Girolomoni aveva deciso di riportare la vita in collina, e con essa contribuire alla nascita del biologico in Italia.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Non si tratta di una comunicazione mainstream, – continua Torriani – ma quella che porteremo avanti nel 2024 sarà una strategia volta a far comprendere l’opportunità del fare filiera per le piccole e medie aziende agricole e per far conoscere alle persone come la pasta biologica marchigiana sia qualitativamente ottima, buona e nutriente, pur mantenendo un prezzo accessibile”.

La fotografia scattata dal presidente di CMB arriva dopo un anno difficile dal punto di vista dei consumi, ma comunque importante anche per le nuove risorse stanziate dalla Regione Marche. È notizia piuttosto recente, infatti, l’approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR – Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF), progetto incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani con investimenti immateriali e materiali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

“Il bilancio dell’attività svolta nel 2023 dal Consorzio Marche Biologiche è decisamente positiva, ma per continuare a sostenere questo mercato non c’è altra via se non quella, per l’appunto, dell’alimentazione biologica, motivo per cui rinnovo l’invito alle famiglie italiane a consumare prodotti biologici, che in questo preciso momento dell’anno possono tradursi in una strenna natalizia per fare un regalo non solo buono, ma anche virtuoso” ha concluso Torriani.

Il Consorzio Marche Biologiche nasce nel 2010 nell’obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l’energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 430 imprese agricole dislocate sull’intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 20mila tonnellate di materia prima lavorata all’anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all’estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

AgricolaE

Consorzio Marche Bio, la comunicazione ha un ruolo sempre più importante per sostenere il biologico

12/06/2023 11:32

Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta. Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale. A spiegarlo è Francesco Torriani, p residente del consorzio che promuove la filiera regionale dei seminativi biologici che riunisce 430 imprese agricole dislocate nelle Marche, per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. " L a strategia comunicativa del 2023 ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici : Il Consorzio Marche Bio logiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera ; – spiega Francesco Torriani al termine di un anno particolarmente intenso per il bio logico marchigiano – ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola de l Piano, t ra stabilimenti produttivi e M onastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze ". In particolare, è stato organizzato d 'estate i l press tour a Isola del Piano, organizzato nell'ottica di far conoscere da vicino più che una storia aziendale, la storia del biologico in Italia: numerosi giorna listi si sono dati appuntamento a pochi chilometri da Urbino per vivere negli stessi luoghi in cui, oltre mezzo secolo fa, Gino Girolomoni aveva deciso di riportare la vita in collina, e con essa contribuire alla nascita del biologico in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/12/2023

AgricolaEU

EAV: € 169
Utenti unici: 4.000

Argomento: Consorzio

Consorzio Marche Bio, la comunicazione ha un ruolo sempre più importante per sostenere il biologico

Se fino ad ora l'attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell'agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta. Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano l'eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale. A spiegarlo è Francesco Torriani, p residente del consorzio che promuove la filiera regionale dei seminativi biologici che riunisce 430 imprese agricole dislocate nelle Marche, per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. " L a strategia comunicativa del 2023 ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici : il Consorzio Marche Bio logiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera ; - spiega Francesco Torriani al termine di un anno particolarmente intenso per il bio logico marchigiano - ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini- consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola de l Piano, t ra stabilimenti produttivi e M onastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze ". In particolare, è stato organizzato d 'estate i l press tour a Isola del Piano, organizzato nell'ottica di far conoscere da vicino più che una storia aziendale, la storia del biologico in Italia: numerosi giorna listi si sono dati appuntamento a pochi chilometri da Urbino per vivere negli stessi luoghi in cui, oltre mezzo secolo fa, Gino Girolomoni aveva deciso di riportare la vita in collina, e con essa contribuire alla nascita del biologico in Italia. " N on si tratta di una comunicazione mainstream, - continua Torriani - ma quella che porteremo avanti nel 2024 sarà una strategia volta a far comprendere l'opportunità del fare filiera per le piccole e medie aziende agricole e per far conoscere alle persone come la pasta biologica marchigiana sia qualitativamente ottima, buona e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

nutriente, pur mantenendo un prezzo accessibile ". La fotografia scattata dal presidente di CMB arriva dopo un anno difficile dal punto di vista dei consumi, ma comunque importante anche per le nuove risorse stanziate dalla Regione Marche. È notizia piuttosto recente, infatti, l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR - Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF), progetto incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani con investimenti immateriali e materiali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro. "Il bilancio dell'attività svolta nel 2023 dal Consorzio Marche Biologiche è decisamente positiva, ma per continuare a sostenere questo mercato no n c'è altra via se non quella, per l'appunto, dell' alimentazione biologica, motivo per cui rinnovo l'invito alle famiglie italiane a consumare prodotti biologici, che in questo preciso momento dell'anno possono tradursi in una strenna natalizia per fare un regalo non solo buono, ma anche virtuoso" ha concluso Torriani.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

24ovest.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 190
Utenti unici: 4.000

https://www.24ovest.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

09/11/2023

QUOTIDIANO SOCIALE

EAV: € 157
Utenti unici: 4.000

Argomento: Consorzio

https://www.quotidianosociale.it/un-italiano-su-due-non-riconosce-il-logo-dei-cibi-bio-francesco-torriani-consorzio-marche-biologiche-fondamentale-informare-i-consumatori/

Un italiano su due non riconosce il logo dei cibi BIO. Francesco Torriani (Consorzio Marche Biologiche): “Fondamentale informare i consumatori”

Il logo con la fogliolina verde è un simbolo inflazionato fra le corsie di mercati e supermercati: per il consumatore medio diventa sempre più difficile destreggiarsi fra un prodotto biologico ed uno sostenibile o ecologico.

“Da un’indagine condotta da SWG presentata in occasione di Sana 2023, il logo europeo ufficiale per certificare un prodotto biologico è riconosciuto da meno di un italiano su due: per questo motivo, come Consorzio Marche Bio, desideriamo andare incontro alle crescenti esigenze delle famiglie, organizzando nell’urbinate incontri sul territorio insieme ai commercianti e ai gruppi di distribuzione: – spiega Francesco Torriani, Presidente del Consorzio Marche Biologiche – perchè solo informando e continuando a sensibilizzare il nostro pubblico potremo continuare a tutelare prodotti e produttori, veri divulgatori dei valori del bio”.

A Montebello di Isola del Piano, a pochi chilometri da Urbino, presso la sede produttiva della Gino Girolomoni Cooperativa Agricola, le iniziative di incoming destinate agli operatori del settore ed ai negozianti si terranno lunedì 20 e domenica 26 novembre. Sabato 11 novembre la giornata sarà invece dedicata ai gruppi di acquisto solidale ed associazioni locali. Per entrambe le occasioni il Consorzio Marche Biologiche ha in programma la visita agli stabilimenti, la degustazione di pasta guidata dall’enogastronomo Otello Renzi presso il Monastero di Montebello,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

pranzo nella Locanda della cooperativa e workshop di approfondimento su cereali e paste, principali produzioni oggetto delle attività promozionali nell'ambito della filiera promossa dal Consorzio Marche Biologiche.

"Gli incontri hanno l'obiettivo di far toccare con mano la qualità dei cereali ed in particolare della pasta prodotta nell'ambito della filiera marchigiana biologica e di fornire a cittadini, operatori di settore, associazioni ed enti gli strumenti per distinguere un prodotto biologico – spiega Torriani – É infatti fondamentale rimarcare l'importanza della certificazione biologica europea, contraddistinta dalla fogliolina su sfondo verde con 12 stelle, frutto della conquista di agricoltori e consumatori: i primi per potersi distinguere sul mercato dai prodotti convenzionali e commercializzare in tutta Europa, ed i secondi per poter avere garanzie precise. In particolare le nuove generazioni hanno bisogno di conoscere come è nata e si è sviluppata l'agricoltura biologica in Italia in quasi 30 anni: in questo senso la sede di Isola del Piano fondata da uno dei più importanti pionieri dell'agricoltura biologica italiana ci sembra il luogo ideale in cui farlo".

Gli eventi di novembre organizzati dal Consorzio Marche Biologiche rientrano nell'ambito del progetto Promo ConMarcheBio, ai sensi del PSR Marche, Sottomisura 3.2. – Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno, Operazione A "Azioni di informazione e promozione dei prodotti di qualità – FA 3A".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

newsnovara.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 195
Utenti unici: 4.000

https://www.newsnovara.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

giornaleradio.fm

Argomento: Consorzio

EAV: € 191
Utenti unici: 4.000

https://giornaleradio.fm/news/approfondimenti/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

foglie.tv

Argomento: Consorzio

EAV: € 193
Utenti unici: 4.000

https://foglie.tv/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-la-campagna-di-comunicazione-per-promuovere-il-consumo-di-alimenti-biologici/

La salute del Pianeta passa dalla tua spesa. Parte la campagna di comunicazione per promuovere il consumo di alimenti biologici

Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella. La campagna di comunicazione istituzionale targata MASAF e realizzata da ISMEA è stata presentata oggi ufficialmente al Sana

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA ieri in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presidente di Assobio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti).
Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l’affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Vetrina Tv

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i ...

09/07/2023 17:19 Vetrinatv

rom awin.com --> (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

vetrinatv.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 192
Utenti unici: 4.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i

Vetrinatv

rom awin.com --> (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: 'La salute del Pianeta passa dalla tua spesa'. Le attività di comunicazione

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. 'Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

anche quella del Pianeta'. 'Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork'. - sostenibilitawebinfo@adnkronos.com (Web Info).

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

byinnovation.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 163
Utenti unici: 4.000

https://byinnovation.eu/finanziamenti-a-filiera-bio-nelle-marche/

Finanziamenti a filiera bio nelle Marche

Finanziamenti a filiera bio nelle Marche. Il nuovo progetto per la filiera biologica nelle Marche non poteva partire in una settimana migliore: proprio a ridosso della Giornata Europea per il Bio che cade sabato 23 settembre.Il Consorzio Marche Biologiche ha ricevuto dalla Regione Marche l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR – Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF).

Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani e prevede una serie di investimenti sia immateriali, come azioni di informazioni, promozione, servizi di consulenza e innovazione, sia materiali, come gli investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro."Dopo aver avviato la costituzione del Distretto Biologico più grande in Europa, le Marche si apprestano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione, che ricordo rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale – commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini – Il progetto Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici capaci di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, quindi di recepire le crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore dell'alimentazione biologica"."A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologiche a favore dell'agricoltura biologica regionale con un'attenzione particolare all'aggregazione e all'innovazione, siamo soddisfatti di comunicare l'approvazione di "Filiera ConMarcheBio', un progetto distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non sole alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati al bio, ma ancora non fidelizzati" commenta Francesco Torriani, Presidente Consorzio Marche Biologiche.Sarà quindi importante aumentare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie, ma anche ai giovani per i quali la salute e la tutela dell'ambiente sono valori non più trascurabili. Il progetto prevede

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

delle azioni promozionali specifiche, quali incontri con stampa e cittadinanza, ma anche campagne di informazione e di sensibilizzazione, giornate aperte a grandi e piccini e workshop.Il Consorzio Marche Biologiche è nato nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 430 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 20mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno.
Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano.
Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.conmarchebio.it

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

rete55.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 161
Utenti unici: 3.000

https://www.rete55.it/adnkronos/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”. —sostenibilitawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/10/2023

agrapress.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 145
Utenti unici: 3.000

https://www.agrapress.it/2023/10/torriani-alleanza-cooperative-a-deramo-piano-dazione-rafforzi-filiere-e-consumi

TORRIANI (ALLEANZA COOPERATIVE) A D'ERAMO, PIANO D'AZIONE RAFFORZI FILIERE E CONSUMI

"alla vigilia del via libera definitiva al piano d'azione nazionale per la produzione biologica, previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (l.23 del 2022), l'alleanza delle cooperative agroalimentare ha incontrato il sottosegretario all'agricoltura luigi D'ERAMO per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessita' 'che sia data la priorita' a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere'", rende noto un comunicato stampa dell'alleanza cooperative agroalimentari. "abbiamo ribadito, come abbiamo gia' fatto nei diversi tavoli di confronto avuti al ministero, la nostra valutazione positiva sul documento, che e' stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorita', stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attivita' previste", afferma il coordinatore del settore biologico dell'alleanza francesco TORRIANI. "nel corso dell'incontro, nel quale TORRIANI e' stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, dal vino alla pasta all'ortofrutta, e' stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinche' le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, che sono finalizzati com'e' noto a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione", spiega l'alleanza. per scongiurare questo rischio occorre secondo TORRIANI "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacita' di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

distorsioni del mercato. servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni". "tra i temi affrontati nel colloquio con il sottosegretario D'ERAMO, anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri paesi europei. solo in italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. l'alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilita' che tale materia non venga piu' normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, al fine di poter discutere sul tema alla pari con gli altri paesi europei", conclude il comunicato.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

primopiano24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 134
Utenti unici: 3.000

Link originale: https://primopiano24.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Primo Piano 24

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

10/04/2023 17:15 Noto Serif, Meta Time

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda" Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere". "Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste". Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni". Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

primopiano24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 134
Utenti unici: 3.000

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda" Roma, 4 ott. (askanews) - Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere". "Abbiamo ribadito - ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani - la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste". Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione. Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni". Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

tuttonotizie.net

Argomento: Consorzio

EAV: € 121
Utenti unici: 3.000

https://tuttonotizie.net/2023/09/23/il-23-settembre-e-la-giornata-europea-del-biologico/

Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico

“Le risorse finanziarie previste per l’agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione”. È questo l’appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre.

“La programmazione della politica agricola 2023/2027 – argomenta Torriani – ha due obiettivi fondamentali: l’aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere “efficienti” in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi”.

Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/09/2023

es.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 155
Utenti unici: 3.000

https://es.italy24.press/local/893924.html

Aprobado el proyecto Supply Chain de ConMarcheBio. Más de 7 millones de euros asignados

El nuevo proyecto para la cadena de suministro ecológico en la región de Las Marcas comenzó justo antes del Día Europeo de la Agricultura Ecológica; El Consorcio de las Marcas Orgánicas recibió la aprobación para el proyecto de la Región de Las Marcas Cadena de suministro de ConMarcheBio de conformidad con el PSR – Proyectos Integrados de Cadena de Suministro Agroalimentario (PIF). El proyecto se centra en Valorización de la tierra cultivable orgánica en la región de Las Marcas. y prevé una serie de inversiones, tanto inmateriales, como servicios de información, promoción, consultoría e innovación, como materiales, como inversiones corporativas y agroindustriales por un valor total de más de 7 millones de euros.

“Confirmando el compromiso del Consorcio Biológico de las Marcas a favor de la agricultura orgánica regional con especial atención a la agregación y la innovación, nos complace comunicar la aprobación de Filiera ConMarcheBio, un proyecto distribuido en el trienio 2023/2025 que se divide en cinco áreas de intervención dirigido no sólo a empresas agrícolas, como servicios de consultoría, y cooperativas agrícolas, como inversiones estructurales, sino también a una amplia audiencia de consumidores estándar interesados en lo orgánico, pero aún no leales”, declaró Francesco Torriani, presidente del Consorcio Biológico de las Marcas y coordinador del sector ecológico de la cooperativa Alleanza Agroalimentari.

Por lo tanto será importante Incrementar las campañas de comunicación dirigidas a las familias., sino también a los jóvenes para quienes la salud y la protección del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

medio ambiente son valores que ya no son despreciables. El proyecto incluye acciones promocionales específicas, como encuentros con la prensa y los ciudadanos, pero también campañas de información y sensibilización, jornadas de puertas abiertas para adultos y niños y talleres.

Torriani también lanzó un llamamiento: “Le recursos financieros previstas para la agricultura orgánica dentro del PNRR, los planes de desarrollo regional y los fondos nacionales dedicados a la agricultura orgánica. se ponen a disposición de las cadenas de suministroque constituyen el modelo más eficaz de integración real entre producción, transformación y comercialización”. “Las Marcas se están preparando para Dar continuidad y sustancia a las políticas regionales de apoyo a la agricultura orgánica. aprobar un proyecto regional que pretende dar un futuro importante a las tierras cultivables de nuestra región, que recuerdo representan en conjunto más del 50% de la superficie agrícola utilizada regional – comentó el Consejero de Agricultura de la Región de Las Marcas, Andrea Maria Antonini – El proyecto ConMarcheBio Supply Chain tiene el mérito de proporcionar inversiones estratégicas capaces de promover la integración entre la producción agrícola, la transformación y la comercialización, y por tanto de responder a las crecientes demandas del mercado, cada vez más atento al valor de los alimentos orgánicos”.

El Consorcio Marche actualmente agrega en la cadena de suministro 430 empresas agrícolas y reúne a tres cooperativas líderes en la cadena de suministro orgánico elaborado en Las Marcas: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa y Terra e il Cielo Cooperativa. La cadena de suministro de SAU (Superficie Agrícola Usada) contratada por la cadena de suministro del Consorcio Marche Bio supera 8 mil hectáreastotal de 20 mil toneladas de materia prima trabajo por año, con un ventas en general de la cadena de suministro de Oltre 20 millones de euros.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

quotidianocontribuenti.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 120
Utenti unici: 3.000

https://www.quotidianocontribuenti.com/il-23-settembre-e-la-giornata-europea-del-biologico/

Il 23 settembre è la Giornata europea del Biologico

"Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione". È questo l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari nella Giornata europea del biologico che si celebra il 23 settembre.

"La programmazione della politica agricola 2023/2027 – argomenta Torriani – ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi".

Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

vconews.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 158
Utenti unici: 3.000

https://www.vconews.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.
Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.
Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.
I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.
"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".
"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

agrapress.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 166
Utenti unici: 3.000

https://www.agrapress.it/2023/09/ismea-presenta-al-sana-campagna-comunicazione-per-promozione-consumo-alimenti-bio

ISMEA PRESENTA AL SANA CAMPAGNA COMUNICAZIONE PER PROMOZIONE CONSUMO ALIMENTI BIO

“gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. secondo i dati monitorati dall’ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell’agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli italiani”. lo rende noto un comunicato stampa di ismea che cosi’ prosegue: “a promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la campagna di comunicazione istituzionale promossa dal ministero dell’agricoltura della sovranita’ alimentare e delle foreste, presentata da ismea oggi in occasione del sana di bologna, alla presenza del sottosegretario di stato luigi D’ERAMO, di maria grazia MAMMUCCINI – presidente di federbio, nicoletta MAFFINI – presidente di assobio, francesco TORRIANI – coordinatore del settore biologico alleanza cooperative agroalimentari e di uno dei testimonial: l’autore e conduttore televisivo luca SARDELLA. la campagna media integrata, che prendera’ il via nelle prossime settimane, sara’ incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico ELIO, su una webserie per i social network in cui e’ affiancato dagli influencer revee, carlotta FERLITO e lulu’ GARGARI e dalle video pillole dal taglio piu’ informativo condotte da SARDELLA. completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano pero’ tutti lo stesso concetto: dall’acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l’ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: ‘la salute del pianeta passa dalla tua spesa’. le attivita’ di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al bio, attraverso un’indagine cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte in alcune insegne della gdo. dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre piu’ affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del bio. piu’ nel dettaglio e’ emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del bio. piu’ di 1 su 2 e’ invece convinto che basti la semplice scritta ‘biologico’ come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. il prezzo elevato del bio rappresenta poi un freno a un consumo piu’ ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. i piu’ giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare bio solo quando sono presenti offerte convenienti. altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilita’ ambientale. la prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. altro elemento che fa riflettere e’ che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti bio e quelli naturali/artigianali, laddove il bio e’ invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni”. “il biologico e’ per l’italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’agricoltura, sovranita’ alimentare e foreste, luigi D’ERAMO (lega) -. il nostro paese si conferma leader in europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. perche’ questa crescita possa proseguire e’ importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. la campagna di comunicazione masaf realizzata da ismea presentata oggi al sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio made in italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

dei cittadini ma anche quella del pianeta. spiegare in modo adeguato la qualita' dei nostri prodotti e l'affidabilita' del sistema dei controlli e certificazioni e' il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni". "il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il commissario straordinario ismea livio PROIETTI -. il risultato e' spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il bio e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il differenziale di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, cosi' da incoraggiare sempre piu' agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia farm to fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

lanuovaferrara.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 170
Utenti unici: 3.000

https://www.lanuovaferrara.it/speciale/2023/09/07/news/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea-1.100378157

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Roma, 7 set. (Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

agrapress.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 139
Utenti unici: 3.000

https://www.agrapress.it/2023/09/torriani-alleanza-cooperative-bene-campagna-io-parlo-bio-per-promuovere-consumi

TORRIANI (ALLEANZA COOPERATIVE), BENE CAMPAGNA “IO PARLO BIO” PER PROMUOVERE CONSUMI

“esprimiamo il nostro apprezzamento per la campagna di comunicazione dei prodotti biologici che accoglie in pieno le nostre istanze, piu’ volte avanzate, in merito alla necessita’ di sostenere la domanda di produzioni biologiche attraverso azioni di promozione mirate”. cosi’ il coordinatore del settore biologico di alleanza cooperative agroalimentari francesco TORRIANI commenta la campagna istituzionale di comunicazione sull’agricoltura biologica, promossa dal masaf e realizzata da ismea – istituto di servizi sul mercato agricolo alimentare che e’ stata presentata oggi al sana, salone internazionale del biologico, alla presenza del sottosegretario di stato luigi D’ERAMO (lega). lo rende noto un comunicato stampa di confcooperative. “abbiamo particolarmente apprezzato – ha dichiarato TORRIANI – che la campagna di comunicazione sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell’ambiente. positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento”. “auspichiamo tuttavia – ha aggiunto il coordinatore biologico di alleanza cooperative – che la campagna #ioparlobio sia solo l’inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualita’ – ha proseguito TORRIANI -. pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all’iniziativa, e’ evidente che occorra dare continuita’ alla comunicazione con ulteriori dotazioni finanziarie, al fine di dare efficacia all’azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica”. “il momento congiunturale che vive il settore e’, come noto, alquanto delicato – ha concluso – per via del calo del potere di acquisto dei consumatori. per far crescere i consumi di prodotti bio, che

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

risultano in stagnazione da almeno un paio d’anni, e’ auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d’impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. la cooperazione e’ pronta a svolgere al riguardo un ruolo di primo piano, rappresentando l’intera filiera produttiva”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

suoloesalute.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 126
Utenti unici: 3.000

https://www.suoloesalute.it/piu-risorse-per-le-imprese-bio-riunite-in-filiera/

PIÙ RISORSE PER LE IMPRESE BIO RIUNITE IN FILIERA

L'appello di Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari, per aumentare il posizionamento degli agricoltori bio nella catena del valore

«Le risorse finanziarie previste per l'agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di Sviluppo regionali e ai Fondi nazionali dedicati al biologico siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione».

È l'appello lanciato da Francesco Torriani, Coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative Agroalimentari in occasione della Giornata europea del biologico dello scorso 23 settembre.

Gli obiettivi della Pac

«La programmazione della politica agricola 2023/2027 – argomenta Torriani – ha due obiettivi fondamentali: l'aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore».

Filiere più efficienti

«Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere "efficienti" in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi». Ad Alleanza cooperative agroalimentari aderiscono oltre 5.000 cooperative agroalimentari, 800.000 soci produttori, 93.000 addetti, per un fatturato di 34,5 miliardi di euro, pari al 25% del valore della produzione agroalimentare italiana.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

piazzapinerolese.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 137
Utenti unici: 2.000

https://www.piazzapinerolese.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

23/09/2023

it.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 109
Utenti unici: 2.000

https://it.italy24.press/local/708818.html

Filiera bio, oltre 7 milioni in arrivo per le Marche – .

Agronews

Filiera biologica, oltre 7 milioni in arrivo per le Marche

Il nuovo progetto per la filiera del biologico nelle Marche non poteva iniziare in una settimana migliore: alla vigilia della Giornata Europea del Biologico che cade domani, sabato 23 settembre, Consorzio Marche Biologico ha ottenuto l'approvazione del progetto da parte della Regione Marche Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR – Progetti Integrati di Filiera Agroalimentare (PIF). Il progetto è incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici nelle Marche e prevede una serie di investimenti, sia immateriali, quali servizi di informazione, promozione, consulenza e innovazione, sia materiali, quali investimenti aziendali e agroindustriali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

"Dopo aver avviato la costituzione del Distretto del Biologico più grande d'Europa, le Marche si preparano a dare continuità e sostanza alle politiche regionali a sostegno dell'agricoltura biologica approvando un progetto regionale che mira a dare un futuro importante ai seminativi della nostra regione , che memoria rappresentano complessivamente oltre il 50% della superficie agricola utilizzata regionale – commenta l'Assessore all'Agricoltura della Regione Marche Andrea Maria Antonini – Il progetto di Filiera ConMarcheBio ha il merito di prevedere investimenti strategici in grado di favorire l'integrazione tra produzione agricola, trasformazione e marketing, quindi per rispondere alle crescenti richieste del mercato sempre più attento al valore del cibo biologico".

"A conferma dell'impegno del Consorzio Marche Biologico a favore dell'agricoltura biologica regionale con particolare attenzione all'aggregazione e all'innovazione, siamo lieti di comunicare l'approvazione di"Filiera ConMarcheBio'un progetto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

distribuito nel triennio 2023/2025 che si articola in cinque aree di intervento rivolte non solo alle aziende agricole, come i servizi di consulenza, e alle cooperative agricole, come gli investimenti strutturali, ma anche all'ampia platea di consumatori standard interessati nel biologico, ma non ancora fidelizzato" commenta Francesco Torriani, presidente del Consorzio Marche Biologico.

Sarà quindi importante incrementare le campagne di comunicazione rivolte alle famiglie, ma anche ai giovani per i quali salute e tutela dell'ambiente sono valori non più trascurabili. Il progetto prevede specifiche azioni promozionali, come incontri con la stampa e i cittadini, ma anche campagne di informazione e sensibilizzazione, open day per adulti e bambini e laboratori.

Il Consorzio Marche attualmente aggrega nella filiera 430 aziende agricole e riunisce tre cooperative leader della filiera biologica made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa e la Terra e il Cielo Cooperativa. Supera la SAU (Superficie Agricola Utilizzata) contrattata dal Consorzio Marche Bio di filiera 8mila ettaritotale di 20mila tonnellate di materia prima lavoro all'anno, con a saldi complessivamente dalla filiera Oltre 20 milioni di euro.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

www.VALSESIAnotizie.it

EAV: € 149
Utenti unici: 2.000

Argomento: Consorzio

https://www.valsesianotizie.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/12/2023

infoimpresa.info

Argomento: Consorzio

EAV: € 139
Utenti unici: 2.000

https://www.infoimpresa.info/lattivita-di-consorzio-marche-biologiche/?doing_wp_cron=1701932242.5444209575653076171875

L’attività di Consorzio Marche Biologiche

Se fino ad ora l’attività di comunicazione nel mondo biologico aveva riguardato per lo più convegni e momenti dedicati ai professionisti dell’agricoltura, nel 2023 il Consorzio Marche Biologiche ha registrato un cambio di rotta. Fra press tour, incontri ad hoc con degustazioni e workshop nutrizionali, da Isola del Piano (Pesaro e Urbino) l’eco della cultura bio ha risuonato in tutto lo stivale. A spiegarlo è Francesco Torriani, presidente del consorzio che promuove la filiera regionale dei seminativi biologici che riunisce 430 imprese agricole dislocate nelle Marche, per un totale di 30 mila ettari di superficie coltivata e 20 mila tonnellate di materia prima lavorata all’anno.

“La strategia comunicativa del 2023 ha viaggiato su una linea fortemente orientata a sostenere la domanda dei prodotti biologici: il Consorzio Marche Biologiche non si è impegnato solo a comunicare con gli operatori della filiera – spiega Torriani al termine di un anno particolarmente intenso per il biologico marchigiano – ma ha investito fortemente in giornate informative rivolte ai cittadini-consumatori, in particolare a gruppi di acquisto solidale, ai gestori di punti vendita specializzati e non, agli istituti scolastici e soprattutto alla stampa hanno riscosso un grande successo. Ad Isola del Piano, tra stabilimenti produttivi e Monastero Girolomoni, sono state registrate oltre 300 presenze”.

In particolare, è stato organizzato d’estate il press tour a Isola del Piano, promosso nell’ottica di far conoscere da vicino più che una storia aziendale, la storia del biologico in Italia: numerosi giornalisti si sono dati appuntamento a pochi chilometri da Urbino per vivere negli stessi luoghi in cui, oltre mezzo secolo fa, Gino Girolomoni aveva deciso di riportare la vita in collina, e con essa contribuire alla nascita del biologico in Italia.

“Non si tratta di una comunicazione mainstream, – continua Torriani – ma quella che porteremo avanti nel 2024 sarà una strategia volta a far comprendere l’opportunità

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

del fare filiera per le piccole e medie aziende agricole e per far conoscere alle persone come la pasta biologica marchigiana sia qualitativamente ottima, buona e nutriente, pur mantenendo un prezzo accessibile".

La fotografia scattata dal presidente di Consorzio Marche Biologiche arriva dopo un anno difficile dal punto di vista dei consumi, ma comunque importante anche per le nuove risorse stanziate dalla Regione Marche. È notizia piuttosto recente, infatti, l'approvazione del progetto Filiera ConMarcheBio ai sensi del PSR – Progetti Integrati Filiere Agroalimentari (PIF), progetto incentrato sulla valorizzazione dei seminativi biologici marchigiani con investimenti immateriali e materiali per un valore complessivo di oltre 7 milioni di euro.

"Il bilancio dell'attività svolta nel 2023 dal Consorzio Marche Biologiche è decisamente positiva, ma per continuare a sostenere questo mercato non c'è altra via se non quella, per l'appunto, dell'alimentazione biologica, motivo per cui rinnovo l'invito alle famiglie italiane a consumare prodotti biologici, che in questo preciso momento dell'anno possono tradursi in una strenna natalizia per fare un regalo non solo buono, ma anche virtuoso" ha concluso Torriani.

Il Consorzio Marche Biologiche è nato nel 2010 nell'obiettivo di concentrare in unica filiera tutta l'energia dei coltivatori biologici regionali. Riunisce le principali cooperative leader della filiera cerealicola biologica marchigiana: Gino Girolomoni, Montebello e La Terra e il Cielo; rappresenta inoltre 430 imprese agricole dislocate sull'intero territorio marchigiano, per un totale di 30.000 ettari di superficie coltivata e 20mila tonnellate di materia prima lavorata all'anno. Il Consorzio Marche Biologiche progetta nuove strategie comuni attraverso una struttura organizzativa nata per rafforzare il biologico marchigiano. Tra le principali attività: informazione agli operatori della filiera, promozione in Italia e all'estero, sviluppo di nuovi prodotti, assistenza agli agricoltori per la partecipazione al sistema di controllo e certificazione, servizi di consulenza negli ambiti Agronomici, Progettazione, Finanza Agevolata, Controllo di gestione e Direzionale.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

cuoreeconomico.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 114
Utenti unici: 2.000

https://www.cuoreeconomico.com/biologico-al-via-campagna-media-a-cura-di-ismea-e-masaf/

Biologico, al via campagna media a cura di Ismea e Masaf

Lo ha detto il Coordinatore del settore biologico di Alleanza Cooperative Agroalimentari Francesco Torriani, commentando la campagna istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura e realizzata da Ismea, presentata al Sana di Bologna.

"Abbiamo particolarmente apprezzato che la campagna sia mirata a coinvolgere le nuove generazioni, puntando sui temi della salute dei consumatori e dell'ambiente - precisa Torriani - come è positiva anche la scelta di puntare su due testimonial e due registri linguistici diversi, funzionali ad ampliare la platea dei pubblici di riferimento".

Auspicio del Coordinatore è che la campagna sia solo l'inizio di un percorso volto a promuovere le produzioni biologiche di qualità.

"Pur apprezzando lo stanziamento di risorse pubbliche destinate all'iniziativa - precisa Torriani - è evidente che occorra dare continuità alla comunicazione con ulteriori dotazioni, in modo da dare efficacia all'azione promozionale, scongiurando che rimanga una iniziativa episodica".

Nell'evidenziare la delicatezza del momento congiunturale del settore per il calo del potere di acquisto dei consumatori, secondo Torriani, "per far crescere i consumi di prodotti bio è auspicabile che non solo il pubblico, ma anche il privato si impegnino in programmi promozionali d'impatto anche attraverso partenariati tra produttori, impiegando al meglio le risorse messe a disposizione della politica agricola comune. E a questo proposito la cooperazione è pronta a svolgere un ruolo di primo piano, rappresentando l'intera filiera produttiva".

La campagna media

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Presentata alla presenza del sottosegretario all'agricoltura Luigi D'Eramo, la campagna integrata sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio e su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari).

Sempre per il web e social è anche pensata la serie di pillole video dal taglio più informativo condotte dall'autore e conduttore televisivo Luca Sardella, che interverrà alla conferenza.

La campagna media integrata si completa con una parte di adv digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action potente: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

11/09/2023

verdecologia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 129
Utenti unici: 2.000

https://www.verdecologia.it/cms/alimentazione/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

spesa sostenibile – La salute del Pianeta è correlata alle scelte che si fanno a tavola. A sottolinearlo è la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presidente di Assobio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

Dopo un interessante trend di crescita, che ha raggiunto il picco nel 2020, gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase piuttosto delicata, come si legge nell'indagine realizzata da ISMEA incentrata sugli acquisti domestici, che hanno segnato il passo nel 2022 e la riduzione del peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani.

La campagna di comunicazione targata Masaf-Ismea
La campagna media integrata, che prenderà il via fra fine settembre ed ottobre, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella.

I comportamenti del consumatore nei confronti del BIO

Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO.

Meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto.

Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

controlli che vengono eseguiti).

Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

cronacadisicilia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 141
Utenti unici: 2.000

https://www.cronacadisicilia.it/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

CRONACA DI SICILIA
periodico di informazione

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta ‘biologico’ come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

gustoh24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 127
Utenti unici: 2.000

Link originale: https://www.gustoh24.it/dal-sana-bologna-la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa/

GustoH24

Dal SANA Bologna: la salute del Pianeta passa dalla tua spesa Set 7, 2023

09/07/2023 18:26 Donato Troiano

Parte la campagna di comunicazione Masaf – Ismea per promuovere il consumo di alimenti biologici Lanciato lo spot per la tv #loparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Vai allo spot su Youtube Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo di Maria Grazia Mammuccini – Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini – Presidente di Assobio, Francesco Torriani – Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

gustoh24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 127
Utenti unici: 2.000

Dal SANA Bologna: la salute del Pianeta passa dalla tua spesa Set 7, 2023

Parte la campagna di comunicazione Masaf - Ismea per promuovere il consumo di alimenti biologici Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella Vai allo spot su Youtube Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'ISMEA gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere BIO sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da ISMEA oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo di Maria Grazia Mammuccini - Presidente di Federbio, Nicoletta Maffini - Presidente di Assobio, Francesco Torriani - Coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: " La salute del Pianeta passa

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

dalla tua spesa" Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie gli elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del BIO. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del BIO. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta «biologico» come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del BIO rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare BIO solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di NON comprare BIO anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale . La prima valida soprattutto per gli over 55, la seconda sostenuta soprattutto dagli under 34. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti BIO e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. " Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta. Spiegare in modo adeguato la qualità dei nostri prodotti e l'affidabilità del sistema dei controlli e certificazioni è il primo passo per favorire un nuovo slancio dei consumi interni". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario ISMEA Livio Proietti Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". Gli appuntamento a SANA 2023 .venerdì 8 settembre 10:00 - 12:30 | OPEN THEATRE | Pad. 30 Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con FederBio - AssoBio - ICE Agenzia - Nomisma 10:00 - 10:45 | FREE FROM ACADEMY | Pad. 29 - Stand D/1 PRODOTTI DA PRIMA COLAZIONE FREE FROM Con M° Francesco Favorito - World Gluten free Academy Organizzato da BolognaFiere - SANA 10:45 - 12:30 | SALA CONCERTO | Centro Servizi, 1° piano, Blocco D IL BIO E IL "FREE FROM" NELLA TRANSIZIONE ALIMENTARE DI CARREFOUR: TRA ITALIA, INTERNAZIONALE E MONDO HORECA Organizzato da Carrefour 10:45 - 11:30 | AREA APERITIVO BREAKFAST | Pad. 29 Stand F24 - G23 FERMENTAZIONI QUOTIDIANE PER LA COLAZIONE: YOGURT, KEFIR, TIBICOS, KOMBUCHA A cura di Chef Marco Dalboni Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con Barman&Natura 11:00 - 11:45 | FREE FROM ACADEMY | Pad. 29 - Stand D/1 " LE ALTERNATIVE VEGETALI GLUTEN FREE" CON ASSAGGI DI BURGER In collaborazione con DIEMME Food Organizzato da BolognaFiere - SANA 11:30 - 13:00 | SALA MELODIA | Centro Servizi, 1° piano, Blocco B BENESSERE AZIENDALE: LE SOLUZIONI DEGLI ESPERTI Organizzato da RS Italia 12:00 - 12:45 | AREA APERITIVO BREAKFAST | Pad. 29 - Stand F24 - G23 MIXOLOGY SENZA ALCOL: L'ARTE DEI COCKTAIL ANALCOLICI A cura di Federico Mastellari

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con Drink Factory 12:00 - 12:45 | SALA RONDA | Centro Servizi, 1° piano, Blocco C IL CIBO COME FARMACO: RIDURRE LE NECESSITÀ FARMACOLOGICHE ATTRAVERSO UNA CORRETTA NUTRIZIONE Con Luca Speciani, medico chirurgo, nutrizionista e agronomo Organizzato da Salvia - Materviva in collaborazione con L'Altra Medicina 13:00 - 13:45 | FREE FROM ACADEMY | Pad. 29 - Stand D/1 PANI DI LIEVITO MADRE A cura di World Gluten Free Chef Academy Organizzato da BolognaFiere - SANA 13:45 - 14.30 | AREA APERITIVO BREAKFAST | Pad. 29 - Stand F24 - G23 VINO DEALCOLATO: LE NUOVE FRONTIERE DI UN PRODOTTO MILLENARIO. A cura di Elisabetta Romeo Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con UIV - Unione Italiana Vini 14:30 - 17:00 | OPEN THEATRE | Pad. 30 RIVOLUZIONE BIO. LA RISTORAZIONE COLLETTIVA BIO TRA MENSE SCOLASTICHE E STRUTTURE OSPEDALIERE Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con FederBio - AssoBio - ICE Agenzia - Nomisma 14:50 - 15:30 | AREA APERITIVO BREAKFAST | Pad. 29 - Stand F24 - G23 FERMENTAZIONI QUOTIDIANE PER LA COLAZIONE: YOGURT, KEFIR, TIBICOS, KOMBUCHA A cura di Chef Marco Dalboni Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con Barman&Natura 15:00 - 17:30 | SALA NOTTURNO | Centro Servizi, 1° piano, Blocco D TAVOLA ROTONDA: PIU' BIO PER TUTTI, CE LO CHIEDE L'EUROPA. SIAMO PRONTI? Organizzato da Demeter 15:00 - 16:30 | SALA MELODIA | Centro Servizi, 1° piano, Blocco B IL BIOCONTROLLO: LE MODERNE ED EFFICACI STRATEGIE NELLA DIFESA FITOSANITARIA Organizzato da Cia-Agricoltori Italiani, IBMA-Italia, Associazione ANABIO e AIPP 15:00 - 16:00 | SALA ALLEGRETTO | Centro Servizi, 1° piano, Blocco C CERTIFICAZIONE HALAL: SFIDE, OPPORTUNITÀ E PROCEDURE OPERATIVE Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con ICE Agenzia 15:00 - 15:45 | FREE FROM ACADEMY | Pad. 29 - Stand D/1 I GRANDI LIEVITATI: IL PANDORO A cura di World Gluten Free Chef Academy Organizzato da BolognaFiere - SANA 15:45 - 16.30 | AREA APERITIVO BREAKFAST | Pad. 29 - Stand F24 - G23 MIXOLOGY SENZA ALCOL: L'ARTE DEI COCKTAIL ANALCOLICI A cura di Federico Mastellari Organizzato da BolognaFiere - SANA In collaborazione con Drink Factory.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

lafrecciaweb.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 127
Utenti unici: 2.000

https://www.lafrecciaweb.it/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea-lanciato-lo-spot-per-la-tv-ioparlobio-con-protagonista-elio-e-le-pillole-social-con-luca-sardella/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea Lanciato lo spot per la tv #Ioparlobio con protagonista Elio e le pillole social con Luca Sardella

Roma, 7 set. (Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni."Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta"."Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

06/09/2023

fooday.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 120
Utenti unici: 2.000

https://www.fooday.it/piu-bio-per-tutti-ce-lo-chiede-leuropa-siamo-pronti.html

“Più Bio per tutti, ce lo chiede l’Europa. Siamo pronti?”

Demeter Italia, associazione di produttori, distributori e trasformatori biodinamici, fa ritorno a SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale, che quest'anno si svolgerà nel quartiere fieristico di Bologna dal 7 al 9 settembre per il settore “food”.

Demeter Italia sarà presente alla manifestazione non solo con il proprio stand – Padiglione 29, Stand B44-C49 – ma con due appuntamenti aperti al pubblico, entrambi in programma per l'8 settembre presso la Sala Notturno del Centro Servizi di Bologna Fiere:

alle ore 11.00 si svolgerà la presentazione del libro “Manuale di Viticoltura biodinamica” (Terra Nuova Edizioni 2022) di Adriano Zago, il quale dialogherà con Martina Broggio, agronoma e sustainable wine consultant;

alle ore 15 la tavola rotonda “Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?”, moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, e che si avvarrà delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Questi i relatori in programma:

Renata Alleva, componente della giunta esecutiva e del comitato scientifico ISDE
Enrico Amico, presidente Demeter Italia
Giuseppe De Noia, presidente nazionale Anabio CIA
Damiano Di Simine, responsabile politiche del suolo Legambiente

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Franco Ferroni, ufficio sostenibilità WWF e coordinatore della coalizione Cambiamo Agricoltura
Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche
Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio
Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane
Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia.
Sarà l'occasione per ragionare sugli obiettivi del Green new deal ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura, prime fra tutte la Farm to Fork e quella inerente alla biodiversità, e per fare il punto sulla situazione italiana sia dal punto di vista produttivo sia da quello normativo sia per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro paese.

Un momento di confronto che Demeter ha voluto organizzare proprio per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa e plurale che condivida i medesimi obiettivi.

Demeter Italia:

Demeter Italia è un'associazione di produttori, trasformatori e distributori di prodotti agricoli e alimentari biodinamici affiliata alla Biodynamic Federation Demeter International (BFDI). Con sede a Parma, Demeter Italia svolge un'attenta azione di controllo sulla produzione, la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti, seguendo ogni fase della filiera fino al rilascio della certificazione e all'etichettatura. L'Associazione comprende oltre 700 aziende, diffuse su tutto il territorio nazionale e appartenenti a diversi settori merceologici: vino, olio, frutta, verdure, spezie, erbe aromatiche, carne, prodotti caseari e cosmetici. Per saperne di più: https://demeter.it

SANA:

Giunta alla sua 35° edizione, SANA è la prima fiera in Europa dedicata al mondo dell'alimentazione biologica certificata e della cosmesi naturale. Il Salone è organizzato da BolognaFiere in collaborazione con AssoBio, FederBio e Cosmetica

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Italia, con il supporto di ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, e il patrocinio del Ministero della transizione ecologica e della Regione Emilia-Romagna.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/10/2023

cittadi.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 110
Utenti unici: 2.000

https://cittadi.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D’Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

28/09/2023

de.italy24.press

Argomento: Consorzio

EAV: € 120
Utenti unici: 2.000

https://de.italy24.press/local/892500.html

Das ConMarcheBio Supply Chain-Projekt wurde genehmigt. Über 7 Millionen Euro bereitgestellt

Das neue Projekt für die Bio-Lieferkette in der Region Marken startete kurz vor dem Europäischen Bio-Tag; Der Bio-Marken-Konsortium erhielt die Genehmigung für das Projekt von der Region Marken ConMarcheBio-Lieferkette gemäß PSR – Integrated Agri-Food Supply Chain Projects (PIF). Das Projekt konzentriert sich auf Aufwertung von Bio-Ackerland in der Region Marken und sieht eine Reihe von Investitionen vor, sowohl immaterieller Art wie Informations-, Werbe-, Beratungs- und Innovationsdienstleistungen als auch materieller Art wie Unternehmens- und agroindustrielle Investitionen im Gesamtwert von über 7 Millionen Euro.

„Wir bestätigen das Engagement des Marche Biological Consortium für den regionalen ökologischen Landbau mit besonderem Augenmerk auf Aggregation und Innovation und freuen uns, dies mitzuteilen.“ die Genehmigung von Filiera ConMarcheBio, einem über den Dreijahreszeitraum 2023/2025 verteilten Projekt, das in fünf Interventionsbereiche unterteilt ist „Zielt nicht nur auf Agrarunternehmen wie Beratungsdienste und landwirtschaftliche Genossenschaften wie Strukturinvestitionen, sondern auch auf das breite Publikum von Standardverbrauchern, die sich für Bio interessieren, aber noch nicht loyal sind“, erklärte er Francesco Torriani, Präsident des Biologischen Konsortiums Marken und Koordinator des Bio-Sektors der Alleanza-Genossenschaft Agroalimentari.

Es wird daher wichtig sein Kommunikationskampagnen verstärken, die sich an Familien richten, sondern auch an junge Leute Für die Gesundheit und Umweltschutz

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Werte sind, die nicht mehr zu vernachlässigen sind. Das Projekt umfasst spezifische Werbemaßnahmen wie Treffen mit Presse und Bürgern, aber auch Informations- und Sensibilisierungskampagnen, Tage der offenen Tür für Erwachsene und Kinder sowie Workshops.

Auch Torriani legte einen Appell ein: „Le finanzielle Resourcen Für den ökologischen Landbau sind im PNRR, den regionalen Entwicklungsplänen und den nationalen Fonds für den ökologischen Landbau vorgesehene Maßnahmen vorgesehen werden den Lieferketten zur Verfügung gestelltdie das effektivste Modell einer echten Integration zwischen Produktion, Transformation und Marketing darstellen.“ „Die Marken bereiten sich darauf vor Kontinuität und Substanz der regionalen Politik zur Unterstützung des ökologischen Landbaus verleihen Genehmigung eines regionalen Projekts, das darauf abzielt, dem Ackerland unserer Region, das meiner Erinnerung nach insgesamt über 50 % der landwirtschaftlich genutzten Fläche der Region ausmacht, eine wichtige Zukunft zu geben – kommentierte er der Landwirtschaftsrat der Region Marken Andrea Maria Antonini – Das ConMarcheBio Supply Chain-Projekt hat den Vorteil, strategische Investitionen bereitzustellen, die die Integration zwischen landwirtschaftlicher Produktion, Transformation und Vermarktung fördern und so auf die wachsenden Anforderungen des Marktes reagieren können, der zunehmend auf den Wert von Bio-Lebensmitteln achtet.“

Das Marche-Konsortium aggregiert derzeit in der Lieferkette 430 landwirtschaftliche Betriebe und vereint drei führende Genossenschaften in der Bio-Lieferkette made in Marche: Gino Girolomoni Cooperativa, Montebello Cooperativa und la Terra e il Cielo Cooperativa. Die von der Lieferkette des Marche Bio Consortium vertraglich vereinbarte UAA (Used Agricultural Surface) übersteigt 8 Tausend Hektarinsgesamt von 20.000 Tonnen Rohmaterial Arbeit pro Jahr, mit a Verkäufe insgesamt aus der Oltre-Lieferkette 20 Millionen Euro.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

giornaleinfocastelliromani.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 89
Utenti unici: 1.000

https://www.giornaleinfocastelliromani.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

"Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”.

“Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

lafirmadelredattore.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 72
Utenti unici: 1.000

https://lafirmadelredattore.com/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”. —sostenibilitawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

breaking.funweek.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 77
Utenti unici: 1.000

https://breaking.funweek.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta ‘biologico’ come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

grugliasco24.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 117
Utenti unici: 1.000

https://www.grugliasco24.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

accadeora.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 81
Utenti unici: 1.000

https://accadeora.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

universonotizie.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 72
Utenti unici: 1.000

https://universonotizie.it/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea/

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork”. —sostenibilitawebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

viverelombardia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 109
Utenti unici: 1.000

https://www.viverelombardia.it/altrigiornali/14/161515-2023

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record.

Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. “Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”. “Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

corrieredipalermo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 89
Utenti unici: 1.000

https://corrieredipalermo.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

CORRIERE DI PALERMO

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda"

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere".

"Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

ilbustese.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 103
Utenti unici: 1.000

https://www.ilbustese.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

corrierediancona.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 63
Utenti unici: 1.000

https://corrierediancona.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda"

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere".

"Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

ilcorrieredibologna.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 97
Utenti unici: 1.000

https://ilcorrieredibologna.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/10/2023

cronachedelmezzogiorno.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 70
Utenti unici: 1.000

https://cronachedelmezzogiorno.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda"

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere".

"Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

05/10/2023

cronachedellacalabria.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 65
Utenti unici: 1.000

https://cronachedellacalabria.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

"In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda"

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d'azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l'Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D'Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità "che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere".

"Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l'importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste".

Nel corso dell'incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l'importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l'obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, "supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni".

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

localpage.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 79
Utenti unici: 1.000

Link originale: https://www.localpage.eu/2023/09/07/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-camp#...

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

09/07/2023 17:22 Meta Time, Noto Serif

(Adnkronos) – Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

localpage.eu

Argomento: Consorzio

EAV: € 79
Utenti unici: 1.000

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del Pianeta passa dalla tua spesa". Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un'indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell'euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l'acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all'acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. "Il biologico è per l'Italia un settore strategico - ha affermato il sottosegretario al ministero dell'Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D'Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta". "Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

stesso sistema di controlli e garanzie - ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore - ha chiosato il Commissario - possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork". © RIPRODUZIONE RISERVATA.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

enocibario.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 104
Utenti unici: 1.000

http://www.enocibario.it/enogastronomia/index.php?option=com_content&view=article&id=12320:piu-bio-per-tutti-ce-lo-chiede-l-europa-siamo-pronti

“PIÙ BIO PER TUTTI, CE LO CHIEDE L’EUROPA. SIAMO PRONTI?”

In occasione di SANA 2023 Demeter Italia accende i riflettori sul tema dell’agroalimentare biologico con importanti esponenti del settore produttivo, dell’ambiente e della nutrizione.

Demeter Italia, associazione di produttori, distributori e trasformatori biodinamici, fa ritorno a SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale, che quest’anno si svolgerà nel quartiere fieristico di Bologna dal 7 al 9 settembre per il settore “food”.

Demeter Italia sarà presente alla manifestazione non solo con il proprio stand - Padiglione 29, Stand B44-C49 – ma con due appuntamenti aperti al pubblico, entrambi in programma per l’8 settembre presso la Sala Notturno del Centro Servizi di Bologna Fiere:

alle ore 11.00 si svolgerà la presentazione del libro “Manuale di Viticoltura biodinamica” (Terra Nuova Edizioni 2022) di Adriano Zago, il quale dialogherà con Martina Broggio, agronoma e sustainable wine consultant;
alle ore 15 la tavola rotonda “Più Bio per tutti, ce lo chiede l’Europa. Siamo pronti?”, moderata dalla giornalista Cinzia Scaffidi, e che si avvarrà delle riflessioni di rappresentanti del settore scientifico, produttivo e delle organizzazioni della società civile. Questi i relatori in programma:
Renata Alleva, componente della giunta esecutiva e del comitato scientifico ISDE
Enrico Amico, presidente Demeter Italia

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Giuseppe De Noia, presidente nazionale Anabio CIA
Damiano Di Simine, responsabile politiche del suolo Legambiente
Franco Ferroni, ufficio sostenibilità WWF e coordinatore della coalizione Cambiamo Agricoltura
Maria Letizia Gardoni, presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche
Mariagrazia Mammuccini, presidente Federbio
Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane
Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia.
Sarà l'occasione per ragionare sugli obiettivi del Green new deal ed in particolare delle strategie che riguardano più da vicino il mondo dell'agricoltura, prime fra tutte la Farm to Fork e quella inerente alla biodiversità, e per fare il punto sulla situazione italiana sia dal punto di vista produttivo sia da quello normativo sia per quel che riguarda la consapevolezza dei cittadini riguardo un tema così importante per il futuro del nostro paese.

Un momento di confronto che Demeter ha voluto organizzare proprio per sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa e plurale che condivida i medesimi obiettivi.

Giulia Ledda

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

forumitalia.info

Argomento: Consorzio

EAV: € 96
Utenti unici: 1.000

https://www.forumitalia.info/attualita/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

magazine-italia.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 67
Utenti unici: 1.000

https://magazine-italia.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

ondazzurra.com

Argomento: Consorzio

EAV: € 96
Utenti unici: 1.000

https://www.ondazzurra.com/2023/10/04/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni”.

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

l’Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L’Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un’ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

08/09/2023

vivereeuropa.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 74
Utenti unici: 1.000

https://www.vivereeuropa.it/altrigiornali/1/161515-2023

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record.

Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella. La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella. Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore, racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: "La salute del

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo. Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio. Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni. I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni. “Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l’obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta”. “Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

corriereflegreo.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 72
Utenti unici: 1.000

https://corriereflegreo.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni".

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

04/10/2023

gazzettadigenova.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 69
Utenti unici: 1.000

https://gazzettadigenova.it/biologico-alleanza-coop-incontra-sottosegretario-masaf-deramo/

Biologico, Alleanza Coop incontra sottosegretario Masaf D'Eramo

“In piano nazionale rafforzare filiere e sostenere domanda”

Roma, 4 ott. (askanews) – Alla vigilia del via libera definitiva al Piano d’azione nazionale per la produzione biologica previsto per dare attuazione alla legge nazionale sul bio (L.23 del 2022), l’Alleanza delle Cooperative Agroalimentare ha incontrato il sottosegretario al Masaf Luigi D’Eramo per fare il punto sulle azioni e sugli strumenti che sono stati inclusi nel piano, ribadendo la necessità “che sia data la priorità a misure che contribuiscano ad aumentare la domanda di prodotti biologici e che rafforzino le filiere”.

“Abbiamo ribadito – ha dichiarato il coordinatore del settore Biologico Francesco Torriani – la nostra valutazione positiva sul documento, che è stato ben concepito e dettagliato, sottolineando tuttavia l’importanza di individuare delle priorità stabilendo un ordine con diversi tempi di attuazione per le varie attività previste”.

Nel corso dell’incontro, nel quale Torriani è stato accompagnato da una delegazione di imprese cooperative biologiche operanti in diverse filiere produttive, è stata anche evidenziata l’importanza che si lavori affinché le aziende che usufruiscono dei contributi comunitari a superficie, finalizzati a raggiungere l’obiettivo del 25% di superficie biologica entro il 2027 fissato dalla nuova Pac, non escano dal sistema di certificazione del biologico una volta finiti i 5 anni previsti per la conversione.

Per scongiurare questo rischio, occorre secondo Torriani, “supportare filiere forti e strutturate, basate sulla capacità di progettazione e innovazione che, in una

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

situazione di crisi economica come quella attuale, garantiscano una maggiore resilienza rispetto alle distorsioni del mercato. Servono quindi organizzazioni efficienti, capaci di redistribuire il valore lungo tutta la filiera per resistere alle distorsioni ed alle speculazioni".

Tra i temi affrontati anche la questione delle contaminazioni da fosfiti, che vede l'Italia in una condizione di svantaggio rispetto agli altri Paesi europei. Solo in Italia esistono infatti soglie di contaminazione massima al di sopra delle quali i prodotti bio vengono decertificati. L'Alleanza delle cooperative agroalimentari ha sollecitato un'ulteriore riflessione in merito alla possibilità che tale materia non venga più normata a livello nazionale e che la discussione si riporti a livello comunitario, per poter discutere sul tema alla pari con gli altri Paesi europei.

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

07/09/2023

luganolife.it

Argomento: Consorzio

EAV: € 112
Utenti unici: 1.000

https://www.luganolife.it/2023/09/07/leggi-notizia/argomenti/ultimora/articolo/la-salute-del-pianeta-passa-dalla-tua-spesa-parte-campagna-bio-masaf-ismea.html

La salute del pianeta passa dalla tua spesa, parte campagna bio Masaf-Ismea

(Adnkronos) - Gli acquisti di prodotti alimentari biologici stanno vivendo una fase delicata, dopo un trend di crescita praticamente ininterrotto e culminato con un 2020 da record. Secondo i dati monitorati dall'Ismea gli acquisti domestici hanno infatti segnato il passo nel 2022, con una modesta crescita in valore (+0,5% a fronte del +6,4% dell'agroalimentare complessivo), che riduce il peso del paniere Bio sul totale della spesa per alimenti e bevande degli Italiani. A promuovere il settore, ricordando al consumatore che la salute del Pianeta passa anche dalle scelte che si fanno a tavola, ci pensa la Campagna di comunicazione istituzionale promossa dal Ministero dell'agricoltura della sovranità alimentare e delle foreste, presentata da Ismea oggi in occasione del Sana di Bologna, alla presenza del sottosegretario di Stato Luigi D'Eramo, di Maria Grazia Mammuccini presidente di Federbio, Nicoletta Maffini presidente di Assobio, Francesco Torriani coordinatore del settore biologico Alleanza Cooperative Agroalimentari e di uno dei testimonial: l'autore e conduttore televisivo Luca Sardella.

La campagna media integrata, che prenderà il via nelle prossime settimane, sarà incentrata su uno spot in onda sui principali canali radio e tv, con protagonista il noto cantautore, presentatore e comico Elio, su una webserie per i social network in cui Elio è affiancato dagli influencer Revee (@sayrevee), Carlotta Ferlito (@carlyferly) e Lulù Gargari (@lulugargari) e dalle video pillole dal taglio più informativo condotte da Luca Sardella.

Completano la campagna una serie di annunci digital e stampa con diversi messaggi che veicolano però tutti lo stesso concetto: dall'acquisto di prodotti biologici derivano una serie di ricadute positive per l'ambiente e per il consumatore,

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

racchiuso in una call to action semplice e potente allo stesso tempo: “La salute del Pianeta passa dalla tua spesa”. Le attività di comunicazione sono state precedute da una fase di esplorazione e approfondimento delle attitudini, conoscenze e comportamenti del consumatore rispetto al BIO, attraverso un’indagine Cawi su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto, focus group e indagini condotte presso alcune insegne della Gdo.

Dalle ricerche sono emersi una serie di elementi centrali nel definire la strategia e i key message della campagna come ad esempio la scarsa conoscenza da parte dei consumatori dell’euro foglia (il marchio comunitario che contrassegna i prodotti biologici), la richiesta di maggiori garanzie sul biologico, un prezzo percepito ancora troppo elevato rispetto al convenzionale, e la presenza di una grande confusione tra i consumatori indotta da scaffali e packaging sempre più affollati di simboli e scritte che promettono alcuni dei valori distintivi del Bio.

Più nel dettaglio è emerso dalle indagini che meno di 1 italiano su 3 conosce il vero simbolo del Bio. Più di 1 su 2 è invece convinto che basti la semplice scritta 'biologico' come garanzia per l’acquisto di questo tipo di prodotto. Il prezzo elevato del Bio rappresenta poi un freno a un consumo più ricorrente, nonostante il gap con il prodotto convenzionale si sia molto ridotto rispetto agli ultimi anni.

I più giovani lo percepiscono come una grossa barriera, che porta ad acquistare Bio solo quando sono presenti offerte convenienti. Altra barriera, oltre al prezzo, che porta una famiglia su tre a dichiarare di non comprare Bio anche una certa sfiducia sul sistema dei controlli, forse alimentata da recenti scandali e da fake news (il 25% non crede che i prodotti biologici siano privi di residui chimici e il 16% non crede ai controlli che vengono eseguiti). Mentre tra le motivazioni all’acquisto, ai primi posti ci sono la salute e sostenibilità ambientale. Altro elemento che fa riflettere è che 4 famiglie su 10 non percepiscono differenze tra i prodotti Bio e quelli naturali/artigianali, laddove il BIO è invece garantito da un sistema di controlli e certificazioni.

“Il biologico è per l’Italia un settore strategico – ha affermato il sottosegretario al ministero dell’Agricoltura, sovranità alimentare e foreste, Luigi D’Eramo -. Il nostro Paese si conferma leader in Europa sia per le superfici coltivate a bio, sia per numero di operatori certificati che continuano ad aumentare. Perché questa crescita

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

possa proseguire è importante che venga accompagnata da un rilancio dei consumi, in particolare della spesa domestica. La campagna di comunicazione Masaf realizzata da Ismea presentata oggi al Sana ha l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza delle caratteristiche degli alimenti bio Made in Italy evidenziando il loro valore e le ricadute positive per la salute, non solo quella dei cittadini ma anche quella del Pianeta".

"Il biologico sta in parte soffrendo la competizione di altri prodotti che, attraverso elementi visivi, colori e richiami di vario tipo in etichetta e nel packaging, insistono sui medesimi asset valoriali senza avere lo stesso sistema di controlli e garanzie – ha sottolineato il Commissario Straordinario Ismea Livio Proietti. Il risultato è spesso una percezione vaga da parte del consumatore meno informato dei plus che distinguono il BIO e questo non aiuta la penetrazione della categoria, nonostante il gap di prezzo con il prodotto convenzionale si sia molto attenuato. Speriamo che questa campagna, molto attesa dagli operatori del settore – ha chiosato il Commissario – possa contribuire ad aumentare la conoscenza del consumatore, rafforzare la fiducia nei confronti dei prodotti biologici e stimolare la domanda, così da incoraggiare sempre più agricoltori a convertirsi al biologico, come ci richiedono gli impegni della strategia Farm to Fork".

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://pdf.p-review.it/moretticomunicazioneV/36105.pdf

PIÙ BIO PER TUTTI

In occasione di SANA 2023, il Salone internazionale del biologico e del naturale, tenutosi lo scorso settembre, uno degli appuntamenti più attesi è stato il convegno "Più Bio per tutti, ce lo chiede l'Europa. Siamo pronti?", voluto da Demeter Italia, l'associazione di produttori, trasformatori e distributori di prodotti agricoli e alimentari biodinamici che svolge un'attenta azione di controllo su produzione, trasformazione e commercializzazione (seguendo ogni fase della filiera fino al rilascio della certificazione e all'etichettatura). L'obiettivo del convegno è stato quello di sottolineare come, per la costruzione e il consolidamento di sistemi alimentari sostenibili, sia necessaria una rete di alleanze sempre più estesa. Questo momento di approfondimento è stato inoltre il pretesto per ragionare sui grandi traguardi che si è posto il progetto "Green New Deal", percorso orientato a trasformare l'UE nel primo territorio a impatto climatico zero entro il 2050. Un particolare occhio di riguardo è andato al mondo dell'agricoltura e dell'ambiente, con focus sulla "Farm to Fork", la strategia studiata per trasformare il sistema alimentare europeo rendendolo più sostenibile. Si è fatta anche chiarezza sulla situazione italiana dal punto di vista produttivo, normativo e di consapevolezza dei cittadini. Partendo dal presupposto che gli obiettivi della "Farm to Fork" sono quelli di raggiungere, entro il 2030, la riduzione del 50% dei pesticidi chimici, di almeno il 20% dei fertilizzanti e del 50% delle vendite di antimicrobici e antibiotici, oltre al raggiungimento di una quota del 25% del suolo agricolo dedicato al biologico, in Italia sembriamo procedere sulla buona strada, con circa il 18% dei terreni della Superficie Agricola Utilizzata (SAU) a conduzione biologica. Dunque l'obiettivo del 25% può verosimilmente essere superato, anche se il risultato non può essere considerato in sé ma deve essere visto in un'ottica più globale. "È necessario incentivare le politiche agricole a favore della produzione biologica, in modo che ne beneficino non solo le singole aziende, ma la filiera produttiva nel suo complesso", ha sottolineato Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari Italiane. Inoltre, il presidente Coldiretti BIO e Biodistretto delle Marche, Maria Letizia Gardoni, ha ricordato come la conversione al

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

biologico e alla biodinamica continui ad attrarre nuove aziende, in particolare quelle condotte da donne e da giovani. Anche i consumatori, dal conto loro, giocano un ruolo chiave in tutto ciò, e come sostiene anche Federico Varazi, vicepresidente Slow Food Italia: “Le aziende devono fornire ai consumatori tutti gli elementi per operare la scelta migliore; solo in questo modo potranno scegliere consapevolmente prodotti che facciano loro del bene, comprendendo il valore di una spesa che non è solo alimentare ma è un investimento in ambiente e salute”. In altri Paesi europei questa consapevolezza è già forte, come dimostrano le aziende biodinamiche italiane che mediamente fatturano per il 70% al di fuori del nostro Paese. Enrico Amico, presidente di Demeter Italia, così commenta: “Attraverso un marchio riconosciuto come Demeter, il consumatore instaura una relazione di totale fiducia nei confronti del produttore. In quest’ottica, per incentivare tale processo, anche da noi abbiamo bisogno di strumenti, come ricerca e formazione che, anche quando non ci saranno più i finanziamenti europei, potranno rendere sostenibile a lungo termine la transizione verso il modello biologico e biodinamico”. Per maggiori informazioni: www.demeter.it [Francesco Torriani]

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

https://pdf.p-review.it/moretticomunicazioneV/33312.pdf

logico: i fondi vadano alle imprese riunite in filiera

GIORNATA EUROPEA DEL BIO Biologico: i fondi vadano alle imprese riunite in filiera Istituita dalla Commissione UE, il 23 settembre scorso si è tenuta la Giornata europea del biologico, un settore che vede protagonista il nostro Paese con 2,3 milioni di ettari destinati all'agricoltura bio e oltre 82.000 produttori agricoli dedicati, il numero più elevato tra i Paesi dell'Unione europea. L'obbligo di scrivere in etichetta l'origine della materia prima e la volontà di valorizzare prodotti a km zero da parte dell'industria e dei consumatori, sta favorendo – spiega Coldiretti – la costruzione di filiere biologiche nazionali. Il logo del biologico made in Italy previsto dalla legge nazionale di settore e la possibilità di realizzare importanti contratti di filiera anche per il bio, contribuiranno ulteriormente a uno sviluppo sempre più soLo stesso è avvenuto per la salvaguardia degli oliveti paesaggistici (Ecoschema 3), con 603.000 ha dichiarati nel 2023 dagli agricoltori italiani a fronte di un dato programmato di 667.000 ha. L'intervento delle colture a perdere per gli impollinatori da realizzare sui seminativi (Ecoschema 5) ha registrato una diffusione largamente al di sotto delle aspettative. Peculiari sono i risultati per l'avvicendamento sui terreni a seminativo (Ecoschema 4), con 3,15 milioni di ettari richiesti a premio, a fronte di 1,40 milioni di ettari preventivati nel Piano strategico. Di conseguenza, sarà corrisposto un premio effettivo di 49,98 euro/ha, invece dei 110 stabiliti come importo indicativo nel Psp. Ci sono regioni italiane come la Lombardia dove l'impegno dell'avvicendamento è stato ampiamente schivato dagli agricoltori, con solo 27.000 ha richiesti a premio, a fronte di una superficie complessiva di terreni a seminativo che ammonta a 760.000 ha, in base ai dati dell'ultimo Censimento dell'agricoltura. Questi esiti sono un primo avvertimento che suggerisce la necessità di rivedere il funzionamento di alcuni capitoli della Pac 2023-2027 e in particolare l'Ecoschema 4, oggetto di numerose e reiterate osservazioni critiche durante la fase della programmazione e della prima applicazione. stenibile delle filiere agroalimentari. In questo quadro va registrato l'appello lanciato da Francesco Torriani, coordinatore del settore biologico di Alleanza cooperative agroalimentari, a sfruttare meglio i fondi messi a disposizione del settore. «Le risorse finanziarie

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso

previste per l’agricoltura biologica in seno al Pnrr, ai Piani di sviluppo regionali e ai fondi nazionali dedicati al settore – chiede Torriani – siano messi a disposizione delle filiere, che costituiscono il modello più efficace di reale integrazione tra produzione, trasformazione e commercializzazione». «La programmazione della politica agricola 2023-2027 – argomenta Torriani – ha due obiettivi fondamentali: l’aumento della competitività delle imprese attraverso un maggior orientamento al mercato e il miglioramento della posizione degli agricoltori nella catena del valore. Obiettivi che possono essere perseguiti solo attraverso scelte politiche che tendano con determinazione a costruire filiere “efficienti”, in grado di portare sul mercato prodotti biologici di qualità a costi competitivi». [Francesco Torriani]

Riproduzione autorizzata Licenza Promopress ad uso esclusivo del destinatario Vietato qualsiasi altro uso