



15 gennaio 2025
dalle 14:30 alle 16:00

CONVEGNO

OLTRE IL BIOLOGICO

Innovazione, Fiducia e
Sostenibilità per un
Nuovo Rapporto
con il Consumatore



MODERATORE

Armando Garosci

Direttore Largo Consumo

Programma e interventi

SALUTI ISTITUZIONALI

Maria Grazia Mammuccini - *Presidente FederBio*

Nicoletta Maffini - *Presidente AssoBio*

NUMERI DI MERCATO

Nicola De Carne - NielsenIQ

RICERCA

Silvia Zucconi - Nomisma

TAVOLA ROTONDA

Il Valore Aggiunto del Biologico: Ambiente, Biodiversità e Sviluppo dei Territori
Il Biologico Come Strumento di Connessione e Fidelizzazione: Esperienze e Sfide della GDO
Biologico e Residuo Zero: Differenze, Vantaggi e Opportunità per il Retail
Green Claims e Biologico: Opportunità e Compliance alla Nuova Direttiva

Giorgio Santambrogio - *CEO Gruppo Végé*

Christophe Rabatel - *CEO Carrefour Italia*

Domenico Brisigotti - *Direttore Generale Coop Italia*

Fabio Brescacin - *Presidente di EcorNaturaSi*

CONCLUSIONI

Nicoletta Maffini - *Presidente AssoBio*



BolognaFiere | Marca 2025
Gallery hall | pad. 21-22



Iscrizioni
www.eventbrite.it

È un'iniziativa realizzata nell'ambito del progetto BEING ORGANIC IN EU

OLTRE IL BIOLOGICO: INNOVAZIONE, FIDUCIA E SOSTENIBILITÀ PER UN NUOVO RAPPORTO CON IL CONSUMATORE

Creare valore per il domani: come il biologico può rafforzare l'identità di insegna e il legame emotivo con i clienti

Il convegno "Oltre il Biologico: Innovazione, Fiducia e Sostenibilità per un Nuovo Rapporto con il Consumatore" si propone di esplorare il ruolo strategico del biologico per il settore retail e la GDO, con un focus su innovazione e sostenibilità. Con la moderazione di Armando Garosci, Direttore di Largo Consumo, l'evento si terrà il 15 gennaio 2025 alle ore 14:30, nell'ambito di MARCA.

I temi affrontati saranno fondamentali per comprendere come il biologico possa rispondere in modo distintivo alle nuove esigenze di un consumatore attento alla sostenibilità, alla trasparenza e alla qualità. I panel della giornata guideranno il pubblico in un percorso di riflessione che parte dalle differenze tra biologico e "residuo zero", evidenziando le peculiarità e i vantaggi unici della certificazione Bio. Si approfondirà inoltre il contributo positivo del biologico su ambiente e biodiversità, con particolare attenzione all'impatto sulle comunità locali e sul benessere sociale.

Una sezione sarà dedicata alla Direttiva sui Green Claims, a cui il biologico è già conforme, per valutare le opportunità di comunicazione che questa conformità offre ai retailer, sempre più orientati a consolidare un rapporto trasparente e valoriale con il cliente. La tavola rotonda finale permetterà di mettere a confronto le esperienze di diverse insegne e le azioni già intraprese per rafforzare l'identità di brand e la relazione emozionale con i consumatori, valorizzando i prodotti a marchio e il biologico come leve di connessione e fidelizzazione.

BEYOND ORGANIC PRODUCTS: INNOVATION, CONSUMER'S TRUST AND SUSTAINABILITY FOR A NEW RELATIONSHIP WITH THE PUBLIC

Creating value for tomorrow: how organic can strengthen brand identity and the emotional connection with customers

The conference "BEYOND ORGANIC PRODUCTS: INNOVATION, CONSUMER'S TRUST AND SUSTAINABILITY FOR A NEW RELATIONSHIP WITH THE PUBLIC", aims to explore the strategic role of the organic products in the retail and Large-Scale Distribution sectors, with a focus on innovation and sustainability. Moderated by Armando Garosci, Director of Largo Consumo, the event will take place on January 15th, 2025, at 2.30 p.m., as part of MARCA.

The topics covered will be essential for understanding how organic sector can uniquely address the new needs of a consumer focused on sustainability, transparency, and quality. The panels of the day will engage the audience in a discussion starting with the differences between organic and "residue free" products, highlighting the unique features and advantages of the organic certification. Additionally, the positive contribution of organic farming to the environment and biodiversity will be explored, with particular attention to its impact on local communities and social well-being.

One section will be dedicated to the Green Claims Directive, with which organic products are already compliant, in order to assess the communication opportunities this compliance offers to retailers, who are increasingly focused on strengthening a transparent and value-driven relationship with customers. The final roundtable will provide an opportunity to compare the experiences of various brands and the actions already undertaken to strengthen brand identity and the emotional connections with consumers, emphasizing private-label products and organic offerings as key drivers for connection and customer loyalty.



15 gennaio 2025
dalle 14:30 alle 16:00



BolognaFiere | Marca 2025
Gallery hall | pad. 21-22

ISCRIVITI SUBITO

