



Distretto di Economia Solidale

INNOVAZIONE E PARTERNARIATO PER LA VALORIZZAZIONE DEL SISTEMA AGRO ALIMENTARE - ARTIGIANALE LOCALE

L'ECONOMIA SOLIDALE
PER LO SVILUPPO RURALE

Attività progettuali e buone prassi

FESR - PSR 2007/2013 ASSE IV

Misura 421 Cooperazione Inter regionale e transazionale



INDICE



AVANTI



Distretto di Economia Solidale

INNOVAZIONE E PARTERNARIATO PER LA VALORIZZAZIONE
DEL SISTEMA AGRO ALIMENTARE - ARTIGIANALE LOCALE

L'ECONOMIA SOLIDALE
PER LO SVILUPPO RURALE

Attività progettuali e buone prassi

FEASR - PSR 2007/2013 ASSE IV
Misura 421 Cooperazione Inter regionale e transazionale



QUADERNI DES | 2014



Il presente progetto
non sarebbe stato possibile
senza il contributo di:

Maria Gloria Sainaghi
ufficio asse IV Leader Regione Lombardia

Cristina Susani
ufficio asse IV Leader Regione Lombardia

Marco Chiapparini
Gal Valtellina

Marco Pennacchio
Gal Gölem Sebino Valtrompia

Lara Pelizzoni
Gal Oglio Po Terre d'acqua

Davide Boni
Gal Garda Valsabbia

Giovanni Ferrazzi
Università di Milano

I Direttori dei GAL partner

Davide Lasagna
grafica DES

DES Lombardia
© 2014 Gal Oltrepò mantovano
Tutti i diritti riservati

Progetto editoriale:
Carmelita Trentini

Progetto grafico:
Manuela Benassi

Chiuso in stampa:
marzo 2014

Indice

- 7** Presentazione
di Alessandro Pastacci
presidente Gal Oltrepò mantovano

PRIMA PARTE

- 10** Introduzione ai Quaderni DES
a cura di Carmelita Trentini
direttore Gal Oltrepò mantovano
- 14** Scheda progetto DES
a cura di Carmelita Trentini
- 22** I Gruppi di Azione Locale: Driving Force dei Sistemi Agricoli Locali
a cura di Giovanni Ferrazzi, Stefano Corsi, Andrea Tosini,
Dipartimento di Economia Management e Metodi Quantitativi
Università degli Studi di Milano

SECONDA PARTE

- 32** **GAL Oltrepò mantovano**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 48** **GAL Colline moreniche del Garda**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 60** **GAL Garda Valsabbia**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 74** **GAL Gölem Sebino Valtrompia**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 84** **GAL Lomellina**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 94** **GAL Oglio Po Terre d'acqua**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 110** **GAL Valtellina**
Modulo di monitoraggio / Buone Pratiche per il territorio / Focus
- 124** Le attività comuni del progetto DES. Galleria fotografica



Presentazione

Il progetto del Distretto di Economia Solidale rappresenta l'inizio di un percorso di avvio di una nuova economia locale in grado di rafforzare il legame con il territorio, con lo sviluppo competitivo delle imprese agricole e con la creazione di reti del cibo di qualità e di salubrità.

In un mondo globale in cui le commodities agricole e i derivati finanziari governano le scelte sulle grandi strategie del cibo nel mondo, l'economia locale rappresenta una scala ed una dimensione in grado di proporre una diversa dimensione del futuro possibile fra la domanda e l'offerta dei prodotti agricoli e della garanzia della tutela del paesaggio rurale, della sua identità sociale e culturale e di una sicurezza alimentare intesa come giusta distribuzione delle risorse.

Un percorso difficile dal punto di vista del mercato ma molto meno dal punto di vista della sensibilità dei consumatori (che si dispiegano in genitori, giovani, persone con problematiche legate alle allergie, ecc.) delle piccole aziende agricole familiari (rappresentano l'80% delle strutture agricole dell'Unione Europea) e delle necessità della riduzione dei costi delle politiche sanitarie.

Uno scenario complesso a cui il Distretto di Economia Solidale ha voluto dare e darà anche nella nuova programmazione 2014-2020, un contributo, per l'innovazione e lo sviluppo delle zone rurali del territorio lombardo.

Alessandro Pastacci
Presidente Gal Oltrepò mantovano



« Uno non può pensare bene,
amare bene, dormire bene,
se non ha mangiato bene. »

(Virginia Wolf)



Introduzione ai Quaderni DES

a cura di Carmelita Trentini, direttore capofila Gal Oltrepò mantovano

Il progetto Distretto di Economia Solidale nasce alla fine del 2010 grazie al lavoro congiunto e coordinato di sette aree Leader di Regione Lombardia.

Sette aree strategiche per la zonizzazione Regionale dei Gruppi di Azione Locale perché costituiscono le aree principali e più rappresentative della agricoltura Lombarda: la montagna, la collina, la pianura.

Uno spaccato straordinario di biodiversità agricola, di tecniche di produzione e trasformazione, di aree in cui attivare processi di innovatività e competitività delle aziende agricole sottoposte in questi anni a grandi processi di trasformazione.

Il Laboratorio di lavoro attivato grazie al bando sulla cooperazione tra i territori rurali definito dalla misura 421, pubblicato nel Giugno del 2011, con la presentazione delle proposte nell'Agosto dello stesso anno e con l'approvazione, nel Gennaio del 2012, della idea di progetto denominata INNOVAZIONE E PARTENARIATO DEI PROCESSI ECONOMICI NELLE AREE MARGINALI PER LA VALORIZZAZIONE DEL SISTEMA AGRO-ALIMENTARE/ARTIGIANALE LOCALE, ha visto dispiegarsi in circa 22 mesi di attività, un puntuale lavoro di ricerca, la realizzazione di iniziative comuni, e l'esecuzione di progetti pilota locali che in questo quaderno presentiamo come *Buone Prassi* e dunque come strumenti operativi per i "follow-up" di progetto.

Una cooperazione possibile dunque per favorire e supportare il sistema agro-alimentare e artigianale, sia nel potenziamento della propria capacità di generare reddito che nel proprio ruolo di custode della tradizione presso i giovani. L'idea ha puntato ad iniziative in grado di rafforzare la microeconomia del settore produttivo agro-alimentare/artigianale e il ruolo dei produttori locali.

Il progetto ha voluto realizzare un Distretto di Economia Solidale (tecnicamente inteso come modello di sistema distrettuale) in cui le piccole aziende del territorio, che offrono prodotti artigianali tipici, biologici, di qualità, freschi e genuini, confezionati e trasformati prestando particolari cure all'ambiente, ai sapori ed alle tradizioni, che lavorano con criteri di qualità ed eticità, potessero, attraverso una piattaforma di lavoro congiunta e condivisa (che si è dispiegata attraverso varie modalità, un tavolo di lavoro permanente, una piattaforma tecnologica e logistica, una promozione congiunta, laboratori di educazione alimentare, ecc) rivolgersi ai nuovi mercati e dunque potenziare le proprie capacità competitive.

Il distretto infatti ha voluto sostenere un originale modello di piccola distribuzione organizzata, anche verso la domanda pubblica aggregata, il consumo critico e la diffusione di modelli di consumo etico e sostenibile, la proposta di un progetto di auto sostenibilità economica di piccoli progetti di sviluppo rurale a livello locale.

Organizzare dunque un distretto economico basato sulla sostenibilità e solidarietà delle produzioni, delle trasformazione e dei consumi dei prodotti del territorio. Temi quali



la filiera corta, il Km zero, il consumo critico e solidale, la valorizzazione dei prodotti tipici e la riduzione dell'impatto ambientale (impronta ecologica) si associano con una concreta visione dei risultati economici di business. Mixando elementi della tradizione e della tecnologia il progetto ha puntato ad ottenere significativi vantaggi dalla creazione della rete di imprese, vantaggi diretti sia per i componenti della rete che per la comunità e i consumatori finali.

Fin dalla Conferenza di Cork del 1996, organizzata dal Consiglio e dalla Commissione Europea per valutare **modelli di sviluppo sociale e il ruolo dei sistemi rurali, vengono adottati orientamenti a favore dello sviluppo delle zone rurali.**

L'obiettivo, è di dare priorità allo sviluppo locale salvaguardando con ciò anche i piccoli comuni: in Italia ben il 40% della popolazione risiede in comuni al di sotto dei 15.000 abitanti che coprono l'80% del territorio nazionale.

Le considerazioni emerse riguardano il fatto che **lo sviluppo rurale non può essere solo concentrato esclusivamente sull'agricoltura e la selvicoltura; tutti i settori economici e sociali devono essere interessati in un quadro generale di corretto rapporto tra popolazione e ambiente nella convinzione che ciò rappresenta l'unico modo per la conservazione di gran parte delle risorse naturali.**

Il progressivo allargamento ad est dei paesi aderenti all'UE (fino all'attuale assetto europeo a 25), e le mutate condizioni di maggior competitività e produttività dei PVS, almeno per le maggiori commodities agricole, hanno determinato la necessità di introdurre adeguati interventi ed azioni di politica agricola comunitaria; ciò, al fine di scongiurare possibili esodi della popolazione rurale verso le città per il progressivo diminuire della perdita di potere d'acquisto e la marginalizzazione che ne consegue.

Le politiche che si sono succedute, in particolare nell'ultimo decennio, hanno posto un'attenzione particolare sia rispetto alle elaborazioni dei Piani di Sviluppo Rurale, sia rispetto alle ripartizioni delle risorse disponibili, finalizzando e promuovendo per quanto possibile gli investimenti in infrastrutture pubbliche, in servizi e in opportunità di sviluppo verso queste aree a rischio di esclusione.

Gli elementi cruciali delle politiche di sviluppo rurale UE sono così riassumibili:

sostenibilità ambientale, sussidiarietà e bottom up, semplificazione normativa, elaborazione di documenti di programmazione dello sviluppo rurale caratteristici per ogni singola regione, **attivazione di risorse finanziarie locali private e pubbliche, potenziamento delle capacità amministrative regionali e degli enti locali, partenariato sociale e istituzionale come motore dello sviluppo locale.**

I sistemi locali rurali possono essere considerati sistemi di sviluppo locale quando il mercato del lavoro trova nell'area di riferimento le opportunità per autocontenersi, in grado di assorbire la quantità e la qualità di offerta di lavoro generata dalla dinamica della popolazione locale.

Lo sviluppo locale può quindi essere definito come l'impiego, ai fini della crescita economica, di tutte le risorse presenti a livello locale che gli interventi dal centro neppure sarebbero in grado di identificare.

Le riforme che si sono succedute e, da ultima, la PAC a valere per il periodo di programmazione comunitaria 2007/2013, ha indirizzato lo sviluppo rurale sui seguenti elementi:

- Approccio bottom up per identificare il percorso di sviluppo di ogni sistema locale;
- sviluppo rurale di tipo integrato, multifunzionale, in cui anche i piccoli comuni dovranno operare in modo cooperativo e sinergico;
- sviluppo sostenibile.

Anche le teorie economiche di sviluppo e le scienze sociali, evidenziano come la trasformazione post industriale del sistema economico capitalistico che ha coinvolto il sistema industriale e dei servizi, ha avuto anche un effetto sul sistema agricolo; nuovi approcci e nuovi percorsi di sviluppo sono stati privilegiati e promossi, abbandonando l'approccio neoclassico fordista per privilegiare un **approccio territoriale.**

La dimensione territoriale dello sviluppo determina un passaggio da un modello polarizzato e di diffusione di sviluppo dall'alto, al progressivo emergere di modelli bottom up di sviluppo endogeno.

I Distretti, cioè sistemi produttivi nei quali si concentra, in un ambito ben determinato, la presenza di aziende specializzate nella produzione di un certo bene (e dell'indotto relativo), sono stati oggetto di studio per capire in che termini fosse possibile trasporre tale esperienza all'ambito agricolo.

Il concetto di distretto presenta però caratteristiche tipicamente settoriali, mentre nel settore dell'agroindustria le attività sono molto spesso diversificate e molteplici.

Le PMI agrarie inoltre non si possono concentrare con la stessa densità spaziale che è possibile riscontrare invece per le PMI industriali e del terziario; quindi anche da un punto di vista spaziale non è possibile comparare le due possibili nozioni di distretto.

Ciò che interessa, ai fini di un approccio corretto al tema del distretto in agricoltura, è l'associazione delle PMI agricole alla comune sensibilità ai problemi del territorio, l'esperienza di permanenza e lo sviluppo in quel territorio e i collegamenti con il contesto locale, il valore delle esperienze.

Si può allora parlare di sistema locale e di conoscenza contestuale, intendendo con ciò l'insieme delle conoscenze rilevanti per l'attività produttiva che è patrimonio esclusivo di una comunità territorialmente circoscritta.

Col termine di processo di distrettualizzazione, intendiamo concentrare l'analisi alla tematica più generale dello sviluppo locale – sviluppo endogeno – inteso come studio delle dinamiche di sviluppo e governance territoriale.

Il Distretto si connota allora **per il metodo di lavoro** e di governo dell'economia locale: **distretto come modus operandi** per l'organizzazione dell'economia rurale fondata sul modello di sviluppo sostenibile, endogeno, integrato.

Se il Distretto può essere un luogo di elaborazione di nuove politiche rurali, allora sarà finalizzato a costruire percorsi di sviluppo e di governo sia mediante le politiche esistenti che l'attivazione di altre e nuove politiche e azioni.

Il Distretto pone al centro il territorio e il prodotto; L'agricoltura è vista come elemento di integrazione con altre attività locali e l'economia rurale viene definita avente carattere polisettoriale. Si ispira al concetto di multifunzionalità dell'agricoltura; nel distretto molte funzioni dell'agricoltura sono coerenti con le altre attività economiche e sociali presenti e con le vocazioni naturali e territoriali.

Le funzioni che abbiamo visto nascere nel Distretto di Economia Solidale sono convergenti su due obiettivi specifici:

1. necessità di fare azione di coordinamento tra strumenti di programmazione, e strumenti di spesa per promuovere nuovi fattori di competitività,
2. proposte di attività progettuali per il miglior funzionamento del modello organizzativo in termini di infrastrutture, servizi, promozione e formazione. ●

Scheda progetto DES

a cura di Carmelita Trentini, direttore capofila Gal Oltrepò mantovano

1. ANAGRAFICA PROGETTO DI COOPERAZIONE

Titolo:

Distretto di Economia Solidale: Innovazione e partenariato dei processi economici nelle aree marginali per la valorizzazione del sistema agro-alimentare/artigianale locale.

L'economia Solidale per lo Sviluppo Rurale.

Programma di riferimento/Fonte di finanziamento:

FEASR – Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 Regolamento (CE) 1698/2005
Asse IV – Misura 421 – Cooperazione transazionale/interterritoriale
Codice progetto: I-L-IT-007-005-003 CUP E55C12001460009

Territori interessati:

sette aree della Regione Lombardia: tre territori di montagna,(Provincia di Sondrio e Brescia) tre territori di pianura (Provincia di Mantova, Cremona e Pavia) un territorio di collina (Provincia di Mantova).

Budget complessivo di progetto:

euro 400.000

2. SOGGETTO PROMOTORE/CAPOFILA

Denominazione:

GAL Oltrepò mantovano scarl (PROVINCIA MANTOVA)

Indirizzo:

Piazza Pio Semeghini, 1 | 46026 Quistello (Mn)

Telefono:

348 4591055

Indirizzo web:

www.galoltrepomantovano.it

Indirizzo mail:

coordinamento@galoltrepomantovano.it



3. ATTORI COINVOLTI (PARTNERS)

Denominazione:

GAL Valtellina (PROVINCIA SONDRIO)

Indirizzo:

Via Piazzini, 23 | 23100 Sondrio (So)

Telefono:

0342 350667

Indirizzo web:

www.galvaltellina.it

Indirizzo mail:

info@galvaltellina.it

Denominazione:

GAL Colline moreniche del Garda

Indirizzo:

Piazza Castello, 8/f | 46040 Cavriana (Mn)

Telefono:

0376 806241

Indirizzo web:

www.galcollinemorenicedelgarda.it

Indirizzo mail:

info@galcollinemorenicedelgarda.it

Denominazione:

GAL Oglio Po terre d'acqua

Indirizzo:

Piazza Donatore del Sangue, 17 | 26030 Calvatone (Cr)

Telefono:

0375 97664

Indirizzo web:

www.galogliopo.it

Indirizzo mail:

info@galogliopo.it

Denominazione:

GAL Garda Valsabbia

Indirizzo:

Via Brunati, Museo della Città | 25087 Salò (Bs)

Telefono:

0365 21261

Indirizzo web:

www.gal-gardavalsabbia.it

Indirizzo mail:

info@gal-gardavalsabbia.it

Denominazione:

GAL Lomellina

Indirizzo:

Via Cavour 55 – Mede (c/o Palazzo Est Sesia) | Mede (Pv)

Telefono:

0384 805854

Indirizzo web:

www.gal-lomellina.it

Indirizzo mail:

info@gal-lomellina.it

Denominazione:

GAL Golem Sebino Valtrompia

Indirizzo:

Via Roma, 41 | 25057 Sale Marasino (Bs)

Telefono:

030 6391464

Indirizzo web:

www.galgolem.org

Indirizzo mail:

marco.pennacchio@galgolem.org

4. AREA TEMATICA, CAMPO D'AZIONE E AZIONI DEL PROGETTO

Breve descrizione del progetto

Il progetto intende realizzare un **Distretto di Economia Solidale** in cui le piccole aziende del territorio, che offrono prodotti artigianali tipici, biologici, di qualità, freschi e genuini, confezionati e trasformati prestando particolari cure all'ambiente, ai sapori ed alle tradizioni, che lavorano con criteri di qualità ed eticità, possono rivolgersi ai nuovi mercati. Il tema della competitività innestato sul tema della sostenibilità ambientale e della solidarietà fra attori locali del territorio (domanda ed offerta) è il tema centrale del progetto. Per realizzare il suo obiettivo generale, il progetto vuole, per mezzo della realizzazione del distretto sostenere un originale modello di piccola distribuzione organizzata, anche verso la domanda pubblica aggregata, il consumo critico e la diffusione di modelli di consumo etico e sostenibile, realizzando una proposta di auto sostenibilità economica di piccoli progetti di sviluppo rurale a livello locale.

Obiettivo principale

Facilitare l'integrazione tra sistema agro-alimentare/artigianale locale e sistema economico sociale (dalle forniture di mense pubbliche all'educazione alimentare) e solidale (dai GAS alla filiera corta). L'idea è quella di sviluppare un primo tentativo di costruzione di un Distretto di Economia Solidale attraverso nuovi modelli di filiera per lo sviluppo e la promozione del territorio, per l'incontro con i gruppi di partecipazione attiva (consumatori critici) e i gruppi di acquisto solidale, per l'incontro con produttori che si pongono come alternativi alla distribuzione organizzata convenzionale; per l'organizzazione di una proposta di una modalità d'acquisto diversa e semplificata per i prodotti a KM zero, per i prodotti locali e biologici; per l'attivazione di proposte e metodologie comuni da utilizzare nei vari territori relativamente a: conoscenza dei processi di micro economia, attivazione di piattaforme organizzative e logistiche (cooperare per innovare), attivazione di processi di studio e ricerca, la cooperazione tra territori diversi, la valorizzazione dei percorsi creativi e culturali nei territori rurali, l'integrazione dell'economia sociale/solidale con l'economia tradizionale per lo sviluppo rurale, costruire processi di conoscenza fra i produttori locali e gli stake holder territoriali.

5. STATO DI ATTUAZIONE

Data di avvio: Maggio 2012

Ultimato: Marzo 2014

6. CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

Facilitare l'integrazione tra sistema agro-alimentare/artigianale locale e sistema economico sociale (dalle forniture di mense pubbliche all'educazione alimentare) e solidale (dai GAS alla filiera corta). L'idea è quella di sviluppare un primo tentativo di costruzione di un Distretto di Economia Solidale attraverso nuovi modelli di filiera per lo sviluppo e la promozione del territorio, per l'incontro con i gruppi di partecipazione attiva (consumatori critici) e i gruppi di acquisto solidale, per l'incontro con produttori che si pongono come alternativi alla distribuzione organizzata convenzionale; per l'organizzazione di una proposta di una modalità d'acquisto diversa e semplificata per i prodotti a KM zero, per i prodotti locali e biologici; per l'attivazione di proposte e metodologie comuni da utilizzare nei vari territori relativamente a: conoscenza dei processi di micro economia,

attivazione di piattaforme organizzative e logistiche (cooperare per innovare), attivazione di processi di studio e ricerca, la cooperazione tra territori diversi, la valorizzazione dei percorsi creativi e culturali nei territori rurali, l'integrazione dell'economia sociale/solidale con l'economia tradizionale per lo sviluppo rurale, costruire processi di conoscenza fra i produttori locali e gli stake holder territoriali.

Obiettivi e strategie

- L'Analisi del sistema dell' economia locale in relazione alle produzioni di qualità, bio, certificate, tradizionali, spacci aziendali (l'offerta) e della domanda, il sistema dei GAS, delle Mense pubbliche (scuole, ospedali, case di riposo) mercati contadini, ecc;
- L'Analisi e definizione dei punti di raccordo tra il sistema economico locale ed il sistema delle reti solidali (domanda aggregata-offerta aggregata);
- Lo studio e relativa predisposizione di contratti tipo di rete per la realizzazione di accordi bilaterali per la fornitura di beni e servizi;
- Lo studio e relativa predisposizione di un capitolato d'appalto tipo quale strumento per la domanda aggregata verso l'offerta aggregata locale;
- La predisposizione di materiale promozionale prodotti del "Meta Distretto di Economia Solidale": catalogo dei prodotti verso expo 2015;
- La Convegnistica per la promozione generale del progetto e dei percorsi virtuosi e di rete.
- L'Attività di educazione alimentare per mezzo di un modulo che preveda la convergenza con i protocolli d'intesa firmati da DG Agricoltura e DG Istruzione, Formazione e DG sanità e dei percorsi di educazione e prevenzione alla salute;
- L'Attività di divulgazione e conoscenza degli effetti sostenibili sulla conservazione e tutela del paesaggio derivati dall'attivazione di un DES.

Risorse mobilitate (Input)

Le risorse mobilitate sono state:

risorse umane

personale interno complessivo: 10 persone
personale esterno complessivo: 7 persone

risorse esterne

Università Centro di Ricerca: 1

attori chiave

aziende coinvolte: circa 200
consorzi di aziende: 4
gestori di mense: 4
ASL dipartimento prevenzione e salute: 2
Scuole, Istituti comprensivi: 10
Studenti: circa 500
Cittadini: circa 500

Tecniche impiegate:

limitatamente innovative:

- ricerca classica (quantitativa e qualitativa) : questionari ed interviste
- report analisi risultati
- convegni ed incontri restituzione dati

abbastanza innovativa:

- Tavoli territoriali di lavoro permanenti tra attori chiave
- Iniziative di rete condivise a carattere emblematico:

es: giornata vegetariana, promozione congiunta di produttori e aziende agricole a Milano

(iniziativa Il Territorio ci Nutre)
- utilizzo del web come strumento di comunicazione e di informazione
- utilizzo immagine grafica coordinata e condivisa del progetto
- coinvolgimento enti gestori domanda aggregata di cibo numericamente molto importanti

Risorse finanziarie

Capacità reperimento fondi: buona

Processo di attuazione

Fase principale:

la parte comune del progetto è stata realizzata con un tempo previsto più esteso rispetto a quanto preventivato dovuto a:

- Difficoltà di allineamento di tutte le strutture rispetto alle modalità comuni di lavoro in particolare sulla condivisione della ricerca
- Difficoltà di alcune strutture di rispettare i tempi di raccolta dati sulla base di ristrutturazioni interne di personale e di riorganizzazioni indipendenti dal progetto
- Il GAL Lomellina non ha partecipato alla parte comune del progetto (non ha fornito i dati della ricerca e ha partecipato parzialmente alle iniziative comuni)
- Il progetto di ricerca è stato articolato per tutti i territori ed ha restituito una fotografia complessiva di tutte le aree territoriali interessate: montagna, collina, pianura
- La ricerca oltre ad una fotografia sulle produzioni dei territori ha fatto emergere i punti di *forza e di debolezza* delle aree in relazione alla possibilità di creare reti d'impresa, di fare incontrare la domanda e l'offerta aggregata (vi è un focus sulle potenzialità della offerta aggregata rispetto alla domanda aggregata, mense scolastiche)

Fase Moduli Locali

I progetti territoriali, hanno assunto caratteristiche molto diversificate da territorio a territorio, anche in base alle specificità tematiche su cui ogni GAL ha deciso di lavorare.

Queste le **Focus Area** su cui si sono identificati i problemi e si sono attivate soluzioni:

Mese civiche: ricognizione numerica delle potenzialità della domanda aggregata delle mense legate alla ristorazione scolastica; coinvolgimento gestori mense; analisi delle potenzialità di tale potenziale mercato;
(GAL OLTREPÒ MANTOVANO, GAL VALTELLINA)

Gas: incontro difficoltoso con questo mondo non istituzionale; creazione canali di dialogo ed incontro, organizzazione di un workshop;
(GAL OGLIO PO, GAL OLTREPÒ MANTOVANO)

Marchi d'area e prodotti tipici: su questo tema sono state attivate alcune sperimentazioni locali per la promozione di prodotti tipici territoriali attraverso la promozione in rete di aziende locali.
(GAL LOMELLINA, GAL GARDA VAL SABBIA, GAL COLLINE MORENICHE)

Capitolato d'appalto: questo tema è stato trattato all'interno dei tavoli tematici attivati a livello locale attraverso un confronto diretto con l'ASL che ha il compito di indicare le linee guida principali dei capitolati: sono emersi modelli all'avanguardia spesso non applicati completamente nelle modalità dei bandi pubblici attivati; inizio processo di condivisione dei punti guida fondamentali: prodotti a KM zero, biologici, menù che comprendono legumi e verdure almeno una volta settimana.
(GAL OLTREPÒ MANTOVANO, GAL COLLINE MORENICHE)

Attività di animazione locale: attivazione di incontri fra, promozione di produttori.
(TUTTI I GAL)

Educazione Alimentare: Percorsi informativi per operatori della ristorazione collettiva a sostegno della conoscenza dei prodotti alimentari, del loro corretto utilizzo con particolare attenzione ai prodotti locali; Laboratori di educazione alimentare con moduli didattici predisposti appositamente per la scuola dell'infanzia e la scuola primaria degli Istituti comprensivi del territorio GAL.
(GAL GOLEM, GAL OLTREPÒ MANTOVANO, GAL COLLINE MORENICHE)

Contratti di rete: è il modulo che è stato meno sviluppato, sia perché la normativa è molto recente e dunque ancora incontra scetticismo fra gli operatori, sia perché il progetto in generale ha "gemmato" una serie di idee e proposte che potrebbero sfociare come "Follow up" in un progetto a rete; questo modulo va inquadrato nelle Outputs e nei risultati.
(GAL OLTREPÒ MANTOVANO)

Soggetti coinvolti nel progetto durante le fasi di attuazione:

ISMEA: partecipazione ad un nostro convegno, possibili collaborazioni future;
RETE RURALE: partecipazione al Cooperation Day con la proposta di progetto, invio materiali di progetto e scheda attività, coinvolgimento nel progetto geolocal; partecipazione al Salone del Gusto Torino 2012 c/o stand Ministero Politiche Agricole.

Output e risultati raggiunti

- nascita di una *nuova impresa agricola legata* alla filiera del PANE legata ad un progetto di agricoltura sociale dalla produzione alla trasformazione alla commercializzazione
(capo progetto GAL OLTREPÒ MANTOVANO) esempio concreto di incontro domanda ed offerta locale.
- nascita *nuovo distretto rurale del biologico*
(capo progetto GAL OGLIO PO)
- nascita *nuovo progetto Europeo* sulla ricerca e sviluppo sulla TPOICS AREA di HORIZON: H2020-SFS-2015-2 Sub bando del: H2020-SFS-2014-2015.
Piccole aziende agricole e mercati globali: il ruolo delle piccole aziende agricole e delle aziende agricole a conduzione familiare nell'ambito della sicurezza alimentare e nutrizionale
(progetto da condividere con il partenariato attuale e oltre)
- percorsi *permanenti di educazione alimentare* per adulti e bambini in collaborazione con i Comuni delle aree GAL (messa a punto di un modulo didattico DES)
(GAL OLTREPÒ MANTOVANO, GAL GOLEM, GAL COLLINE MORENICHE, GAL VALTELLINA)
- definizione *capitolato d'appalto* tipo in uso a tutto il Distretto di Economia Solidale ●



I Gruppi di Azione Locale: Driving Force dei Sistemi Agricoli Locali

a cura di Giovanni Ferrazzi, Stefano Corsi, Andrea Tosini
Dipartimento di Economia Management e Metodi Quantitativi - Università degli Studi di Milano

Nel corso degli ultimi anni, le crescenti esigenze in termini di sostenibilità delle attività produttive e di consumo unite al progressivo deterioramento della redditività degli investimenti agricoli hanno spinto i diversi stakeholder del settore agro-industriale a studiare nuove forme di organizzazione dei sistemi agricoli. In particolare, tale ricerca ha individuato nei Sistemi Agro-alimentari Locali (SAL) una possibile soluzione al complesso dilemma crescita-sostenibilità. I SAL possono essere definiti come sistemi alternativi al modello alimentare globalizzato che si fondano su complessi rapporti tra produzione agricola, trasformazione, distribuzione e consumo in un determinato luogo (Dunne et al., 2011). Tali sistemi rappresentano un'ambiente privilegiato per promuovere modelli di produzione-consumo sostenibili; tuttavia, l'elevata complessità che li caratterizza necessita di una governance forte in grado di coniugare le diverse esigenze di attori provenienti da realtà molto diverse. In quest'ottica i Gruppi di Azione Locale (GAL) possono rappresentare un valido strumento di orientamento e coordinamento al servizio dei SAL (Ferrazzi et al., 2013). La volontà di sostenere e sviluppare quei sistemi economici a scala territoriale ridotta, che meglio di altri si prestano alla salvaguardia del patrimonio culturale e dell'ambiente in una logica di sostenibilità che non dimentica le esigenze del tessuto produttivo in termini di competitività, sono alla base del progetto di Distretto di Economia Solidale (DES) della Lombardia. La realizzazione di tale distretto mira a rafforzare la competitività delle piccole imprese presenti sul territorio attraverso l'individuazione di nuovi mercati di sbocco per i prodotti agro-alimentari al fine di promuovere non soltanto i prodotti agro-alimentari o un particolare comparto produttivo ma il binomio prodotto-territorio nel complesso. Solo attraverso una valorizzazione complessiva è possibile, infatti, raggiungere uno sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, ambientale e sociale.

Obiettivo della ricerca è l'individuazione dell'offerta di prodotti agro-alimentari locali e dei potenziali mercati alternativi per le imprese del territorio, al fine di evidenziare possibili strade di sviluppo per i SAL. Tra le diverse opzioni analizzate, particolare attenzione è stata posta sul tema della ristorazione collettiva come potenziale fonte di domanda aggregata che si va ad affiancare ad altre forme di domanda più o meno organizzate quali, ad esempio, quelle della vendita diretta, dei farmer' market, dei Gruppi di Acquisto Solidali. A livello metodologico, dopo aver delineato le principali caratteristiche tecnico-economiche dei sistemi agricoli locali dei territori interessati¹ (**Figura 1**)

1. I GAL che, nell'ambito del Progetto DES Lombardia, hanno partecipato alla ricerca coordinata dal Dipartimento di Economia Management e Metodi Quantitativi dell'Università degli Studi di Milano sono: GAL Oltrepò mantovano (coordinatore), Gal Colline moreniche del Garda, Gal Golem, Gal Ogiopò, Gal Valsabbia, Gal Valtellina.

grazie ai dati del VI Censimento Generale dell'Agricoltura (ISTAT, 2010), è stato definito un modello di campionamento delle imprese per l'indagine empirica in base a criteri tecnico-economici (sono state selezionate e organizzate in cluster in base all'unità di dimensione economica (UDE) e all'ordinamento tecnico economico (OTE)) attraverso l'utilizzo dei dati provenienti dalle camere di commercio. Successivamente ciascun GAL ha selezionato le imprese ritenute più interessanti in relazione alle caratteristiche socio-economiche della zona e allo sviluppo delle specifiche azioni pilota previste dal progetto. La rilevazione dei dati è stata condotta a partire da un questionario predisposto ad hoc e strutturato in tre parti: a) dati strutturali e produttivi; b) informazioni relative alla commercializzazione dei prodotti; c) informazioni relative alla gestione dell'impresa e al capitale umano. In parallelo, ogni GAL ha individuato le forme di domanda aggregata potenzialmente più interessanti per la promozione di best practices da sviluppare nell'ambito del progetto di cooperazione tra GAL.



Figura 1 - I territori del GAL partner del progetto DES Lombardia
Fonte: DES Lombardia

I Sistemi Agricoli: le principali caratteristiche

Il sistema agro-industriale lombardo, primo in Italia e tra i più rilevanti in Europa per quanto riguarda il peso economico (Pretolani R., 2012), è caratterizzato da elevata eterogeneità in termini di strutture e produzioni in relazione ad un territorio estremamente vario. Questo quadro è confermato dallo studio dei dati del VI Censimento Generale dell'Agricoltura relativi ai territori dei GAL dove, accanto a realtà quasi interamente montane (GAL Valtellina e GAL GOLEM) troviamo situazioni intermedie con una distribuzione dei comuni GAL nelle tre classi altimetriche di riferimento (pianura, collina, montagna) (GAL Colline moreniche del Garda, GAL Valsabbia) fino ad arrivare al contesto tipico della pianura lombarda (GAL Oltrepò mantovano e GAL Ogliopò). Dall'analisi dei dati è possibile osservare come la ripartizione della superficie agricola utilizzata (SAU) vari profondamente da un territorio all'altro evidenziando specializzazioni produttive differenti (Figura 2). A livello quantitativo dei 81.724 ettari di SAU complessivi, oltre l'80% sono destinati alla produzione di cereali da granella destinati in larga parte all'allevamento zootecnico. Tra le altre colture, particolarmente rilevante ai fini del progetto è la presenza di ortaggi (10% circa) e frutta e vite (complessivamente poco più dell'8%).

Per quanto riguarda la zootecnia, circa il 40% è rappresentato da allevamento suino e il 36% da quello bovino; considerando il comparto avicolo si arriva ad oltre il 98% del valore della consistenza degli allevamenti presenti nei comuni dei GAL. La forte presenza della zootecnia è legata principalmente alla produzione di alcune eccellenze dell'agroalimentare italiano (ad esempio, parmigiano reggiano e prosciutto di Parma).

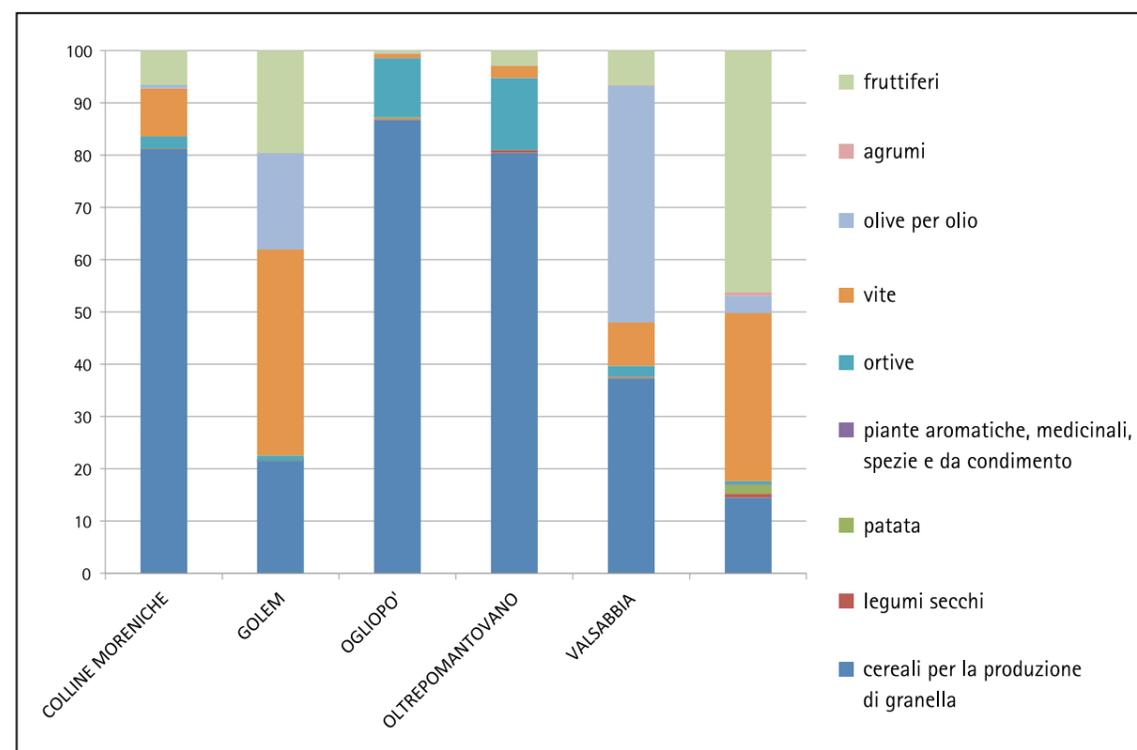


Figura 2 - Utilizzazione della SAU nei diversi GAL (in %) - 2010
Fonte: elaborazione DEMM su dati ISTAT, VI Censimento Generale dell'Agricoltura

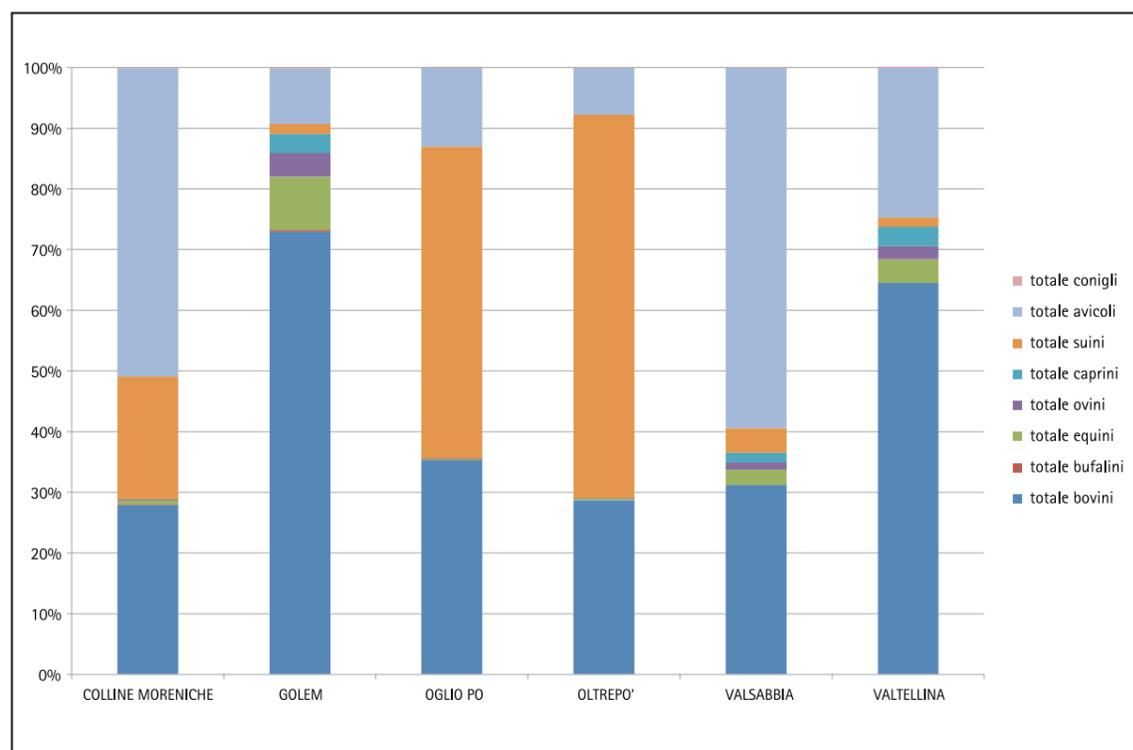


Figura 3 - La zootecnia nei diversi GAL (ripartizione UBA in %) - 2010
Fonte: elaborazione DEMM su dati ISTAT

I principali risultati dell'indagine empirica

L'indagine empirica condotta presso 165 imprese, ha evidenziato importanti differenze tra i diversi GAL per quanto riguarda alcuni aspetti economico-gestionali particolarmente significativi (Tabella 1). In primo luogo appare rilevante il dato relativo alla conduzione dell'azienda che, nella maggioranza dei casi è affidata agli uomini (77%); l'età media del conduttore varia tra i 42,8 anni registrati nel GAL Valtellina e i 65 nel GAL Oltrepò mantovano. Elevata variabilità interessa anche il grado di istruzione dei conduttori che passa da un punteggio di 2,5, nel caso del GAL Oltrepò mantovano, a circa 4 punti, nel GAL Ogliopò. Dinamica simile riguarda i dati relativi alla formazione integrativa e all'introduzione di innovazione nelle aziende e alla disponibilità a sperimentare nuovi canali di vendita. In linea generale, la propensione all'innovazione appare legata al livello di formazione del capitale umano e all'età dei conduttori e suggerisce la necessità, in particolare per le realtà che risultano più deboli, di azioni formative ad hoc e di incentivi per favorire il progressivo ricambio generazionale ed evitare così la progressiva marginalizzazione di tali strutture produttive.

	GAL Valtellina	GAL Oltrepò mantovano	GAL Colline Moreniche del Garda	GAL Golem	GAL Valsabbia	GAL Ogliopò
Numero aziende	38	45	37	15	10	20
SAU (ha)	1961,6	273,7	622,7	124,9	99,5	1169,8
SAU media (ha/azienda)	51,6	6,1	16,8	8,3	10,0	55,7
Conduttori	29	40	28	10	7	13
Conduttrici	9	5	9	5	3	7
Età media dei conduttori	42,8	65,0	46,0	44,0	49,0	46,0
Livello di istruzione (da 1 a 5) ¹	3,6	2,5	3,5	4,1	3,4	3,9
Corsi di formazione effettuati da almeno un dipendente /familiare dell'azienda	24	11	13	7	2	10
Dipendenti	22	0	66	31	0	74
Numero di persone della famiglia che lavorano in azienda	36	14	22	21	13	15
Uomini che lavorano in azienda (tot)	61	48	93	42	13	64
Donne che lavorano in azienda (tot)	35	11	31	23	10	17
Aziende con interventi innovativi negli ultimi 5 anni	30	16	32	13	9	20
Numero di eventi di innovazione (media tra i 25 riportati nel questionario)	5,5	1,4	5,5	5,7	5,8	4,9
Numero di aziende interessate al progetto	22	6	27	11	6	16

¹ : 1-no istruzione; 2-diploma di scuola elementare; 3-diploma di scuola media; 4-diploma di scuola superiori; 5-laurea

Tabella 1 - La predisposizione all'innovazione delle imprese

Fonte: indagine diretta

Per quanto riguarda lo sviluppo dei SAL appaiono rilevanti i dati raccolti relativi al ricorso a filiere corte da parte delle aziende intervistate. La principale tipologia di filiera corta utilizzata è la vendita diretta, seguita dall'utilizzo dei prodotti in agriturismo e alla presenza di consorzi e cooperative di secondo grado. Altre esperienze di filiere corte sono, al momento, poco utilizzate.

Da un punto di vista quantitativo si può osservare come i prodotti per i quali viene utilizzata la filiera corta sono senza dubbio gli ortaggi, la frutta (in particolare mele e pere), i prodotti zootecnici (Tabella 2). Gli imprenditori agricoli che hanno espresso parere favorevole nei confronti del progetto DES Lombardia hanno inoltre individuato questi come i prodotti che potenzialmente potrebbero costituire la base dell'offerta agricola per le best practices del progetto stesso.

	GAL Valtellina	GAL Oltrepò mantovano	GAL Colline Moreniche del Garda	GAL Golem	GAL Valsabbia	GAL Oglipò	Totale
Patate ¹	11.282					720.000	731.282
Ortaggi ¹	606	600	448.000			4.428.000	4.877.206
Pere ¹		41.967					41.967
Mele ¹	927.615						927.615
Altra frutta ¹		8.205	391.500	6.200	800	123.600	530.305
Olio ¹			4.540	2.050	1.080		7.670
Conserve ¹			40.400			1.000	41.400
Marmellate/Succhi ¹	14.500	400		2.000	260	500	17.660
Miele e derivati ¹	5.123		800	2.000	2.000	4.000	13.923
Vino ²	285.000	3.400	1.265.800			1.400.000	2.954.200
Farine ¹			500				500
Latte ³			2.466.900	85.000		52.500	2.604.400
Formaggio ¹	318.730		5.550	23.475			347.755
Formaggi e derivati capra ¹				1.050	1.500	13.200	15.750
Uova			4.004.000				4.004.000
Carne bovina ¹	5.580		4.000	2.400	600	60.000	72.580
Carne suina ¹		7.200	9.300	247.000		974.900	1.238.400
Carne ovina ¹				600			600
Carne avicunicoli ¹						4.900	4.900
Salumi ¹	2.500						2.500

¹ chilogrammi / anno² bottiglie / anno³ litri / anno**Tabella 2 – I territori dei GAL e i principali prodotti della filiera corta – 2013**

Fonte: indagine diretta

Considerazioni conclusive

Il progetto DES ha evidenziato l'importanza dei SAL e la necessità di una governance in grado di gestire e coordinare attori che appartengono a realtà produttive e sociali differenti. In questo senso, i GAL rappresentano, senza dubbio, un importante strumento a sostegno dello sviluppo del territorio data la loro capacità di rappresentare una molteplicità di interessi.

La ricerca effettuata presso le imprese agricole ha messo in luce profonde differenze tra i territori oggetto d'indagine sia in relazione alle caratteristiche tecnico-produttive sia per quanto riguarda gli aspetti organizzativi e la propensione all'innovazione. A tal riguardo è emersa, come elemento centrale, la necessità di orientare le imprese attraverso la formazione e favorendo, specie in alcuni territori, il ricambio generazionale.

Lo studio dell'offerta potenziale di prodotto veicolabile attraverso canali innovativi a filiera corta e locale collegati al progetto DES ha portato ad individuare, per ciascun territorio, le produzioni più adatte dal punto di vista qualitativo e quantitativo in relazione al canale stabilito. In questo senso, la ristorazione collettiva, individuata da diversi GAL come interessante forma di domanda organizzata, sembra possedere le caratteristiche adatte per diventare una driving force strategica per lo sviluppo dei SAL. Gli oltre 180 milioni di pasti annui² della ristorazione scolastica, ospedaliera e delle RSA presenti in Regione Lombardia rappresentano, infatti, un'occasione importante per le produzioni del territorio e, più in generale, per l'economia locale stessa. ●

Riferimenti bibliografici

DUNN, J.B., K.J. CHAMBERS, K.J. GIOMBOLINI AND S.A. SCHLEGEL. 2010. "What Does 'Local' Mean in the Grocery Store? Multiplicity in Food Retailers' Perspectives on Sourcing and Marketing Local Foods." *Renewable Agriculture and Food Systems*. 26(1):46-59

FERRAZZI G., CORSI S., TOSINI A., 2013. Local Action Group as driving force for the development of Local Agrifood Systems. Proceedings of the 6th International Scientific conference "Rural Development 2013" (Volume 5, ISSN 1822-3230). In corso di pubblicazione.

Pretolani R., 2012. Il Sistema Agro-alimentare Lombardo, in Pieri R., Pretolani R. (a cura di). Il sistema agro-alimentare della Lombardia – Rapporto 2012. Franco Angeli. Milano

2. In Regione Lombardia ogni anno sono consumati 180.335.599 pasti per quel che riguarda la ristorazione collettiva. Fonte: progetto BIOREGIONE, ricerca condotta dall'Università degli Studi di Milano in collaborazione con il Politecnico di Milano e finanziato da Fondazione Cariplo. Il dato riportato fa riferimento alle strutture scolastiche, ospedaliere, delle RSA (residenze sanitarie per anziani) e altre strutture residenziali per minori e disabili.

“La nostra sfida più grande in questo nuovo secolo è di adottare un’idea che sembra astratta: lo sviluppo sostenibile.”

(Kofi Annan)



GAL Oltrepò mantovano



Territorio | Provincia di Mantova, oltrepò mantovano
Sede | Piazza Pio Semeghini, 1 | 46026 Quistello (Mn)
Tel. | 348 4591055
Sito web | www.galoltrepomantovano.it
E-mail | coordinamento@galoltrepomantovano.it
Direttore | Carmelita Trentini
Collaboratori di progetto | Denis Portioli, Davide Lasagna

Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	12	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Direttore GAL	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013		
	n. incarichi esterni assegnati	2	
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. schede rilevate	45	
	n. contatti aziende (circa)	70	
altro	Sono stati contattati anche consorzi e cooperative agricole		
3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. incarichi esterni assegnati	2	
	Tipologia attività svolta	Attività di progettazione, coordinamento, amministrazione e gestione parte progetto pilota dedicata	
	altro		



4	Partecipazione attiva all'evento "Prodotti Locali per un consumo consapevole" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. produttori coinvolti	5	
	Altro (materiale prodotto, ecc)	Promozione per stand, attività di comunicazione: manifesti, pieghevoli, brochure, adesivi, striscione dedicato all'evento	
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 e-book; 700 copie pubblicazione Buone prassi; laboratorio tematico finale
	n. attività pilota realizzate		Giornata vegetariana Laboratori di educazione alimentare Tavolo di lavoro con gestori mense pubbliche e altri soggetti Capitolato d'appalto ASL MN
	n. buone prassi		Capitolato d'appalto ASL MN moduli educazione alimentare tavolo LAB FOOD
	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report	1	Prodotti tipici DECO Villa POMA Incontro produttori DES presentazione pubblica x nascita di un GAS Tavolo LAB FOOD
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)		X
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web	20	5
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc, circa)	1.000	2.000

	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto	5	7
	n. comunicati stampa o altro	10	3
7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		
	n. produttori censiti		100
	n. tavoli territoriali attivati		2
	n. risorse umane dedicate		3
	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		1
	Tipologia attività realizzata		Analisi situazione marchi DOP, IGP e DECO
	n. tavoli territoriali attivati		1
	Educazione Alimentare		
	n. laboratori realizzati		20
	n. scuole coinvolte		4
	n. educatori esterni coinvolti		2
	Materiale prodotto		Report del lavoro e foto
	altro		video
	n. tavoli territoriali attivati		1
	Capitolato d'appalto		
	n. documenti analizzati		Capitolato d'appalto ASL MN
	n. proposte avanzate		1
	n. tavoli territoriali avviati		1
	altro		Attivazione dialogo per incontro domanda e offerta di prodotti
	Comunicazione e Animazione locale		
	n. iniziative di promozione dei produttori		5
	n. attività di comunicazione		20
	n. attività specifiche a livello locale		Incontri, dibattito, tavolo tematico: LAB FOOD
	altro		

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Oltrepò mantovano

Fruttolandia – Facce di pappa

Laboratori di educazione alimentare



Progetto di sensibilizzazione per favorire il consumo di frutta e ortaggi per accrescere comportamenti alimentari corretti per un armonico sviluppo fisico nella Scuola dell'infanzia, primaria e secondaria di primo grado degli Istituti Comprensivi del territorio del GAL Oltrepomantovano.

Vision

Dalla lettura si evince quanto sia determinante nella fascia d'età che va dai 3 ai 14 anni partecipare a progetti laboratoriali di incontri formativi sulla corretta alimentazione per accompagnare e stimolare i fruitori in vista della conquista di un atteggiamento valido per la vita che consenta loro di capire, di scegliere e di trovare la propria strada.

Il nostro progetto sensibilizzatore propone una branchia dell'universo salute: l'importanza dell'assunzione di frutta e ortaggi attraverso il quale desideriamo far sì che

- Gli alunni imparino giocando a comprendere perché devono mangiare frutta e ortaggi (brainstorming e raccolta indicazioni per gli alunni dal secondo ciclo primaria e secondaria di primo grado)
- le insegnanti avranno modo di introdurre nuove attività inerenti all'alimentazione, al corpo umano, all'igiene orale, alla prevenzione... e proseguire una "Educazione alimentare" "L'educazione alimentare e alla salute è una tematica da privilegiare per la sua valenza "comunicativa" anche perché incide profondamente sullo sviluppo psicofisico dei giovanissimi contribuendo in modo significativo a creare le premesse per una vita adulta sana ed equilibrata.

Le attività laboratoriali: dalla teoria alla pratica

Quando si lavora per laboratori, è necessario assicurare:

- Un approccio a livello narrativo e di ascolto che può fungere la situazione stimolo da cui partire;

- Un approccio ludico/corporeo che permette una prima organizzazione dell'esperienza;
- Un approccio creativo/costruttivo che permette il fare e l'agire;
- Un approccio conoscitivo e di scoperta;
- Un approccio scientifico per passare da una conoscenza intuitiva ad una formale.

FINALITÀ

Sensibilizzare al concetto di alimentazione come fattore di protezione e prevenzione per uno stile di vita sano favorendo la consapevolezza della necessità di una corretta alimentazione.

Sviluppare rispetto e cura verso il corpo e la salute.

Favorire la discussione sull'alimentazione descrivendo sensazioni ed opinioni rispetto all'aspetto dei cibi.

Ampliare la gamma dei cibi assunti come educazione al gusto.

Stimolare l'immaginazione e la fantasia attraverso una risorsa alimentare.

Comprendere l'importanza di mangiare cibi locali ed a Km zero.

OBIETTIVI COGNITIVO-DIDATTICI

Sviluppare la capacità di saper confrontare frutta e ortaggi imparando a leggere la realtà come un insieme di fenomeni percepiti attraverso i sensi: conoscere, degustare, apprezzare attraverso vista, tatto, olfatto, gusto.

OBIETTIVI SPECIFICI

Imparare a conoscere i prodotti alimentari proposti.

Imparare le norme igieniche per l'assunzione dei prodotti.

ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO

Situazione stimolo FRUTTOLANDIA, storia animata introduttiva per invitare gli alunni ad iniziare una riflessione del perché è importante mangiare frutta e verdura.

Il progetto prevede una fase introduttiva, nella quale gli alunni sono stati informati dai loro docenti sulle tematiche, le modalità e le finalità del progetto.

SCUOLA DELL'INFANZIA E PRIMO CICLO PRIMARIA

Indagine preliminare conoscitiva sulle abitudini alimentari degli alunni attraverso la lettura animata di una storia

Rielaborazione di contesti

Creazione di personaggi fantastici utilizzando frutta e ortaggi

SECONDO CICLO PRIMARIA

Nella prima fase, indagine preliminare conoscitiva sulle abitudini alimentari degli alunni e mediante brainstorming, saranno favoriti i momenti di analisi e discussione sulla conoscenza dei benefici del consumo della frutta e della verdura.

Rielaborazione di contesti.

Creazione di personaggi fantastici utilizzando frutta e ortaggi.

DOVE

Presso le scuole all'interno dell'orario didattico

DURATA

Ottobre 2013 a Febbraio 2014 (fascia oraria concordata con i docenti)

RISORSE

Gli alunni e i docenti del plesso aderenti al progetto





2 EDUCATRICI PROFESSIONALI

ALCUNE RAGIONI DI QUESTA SCELTA METODOLOGICA

Innanzitutto il lavoro di piccolo gruppo nella scuola non è una novità ma è dettata dalla necessità di mettere a fuoco alcuni aspetti nel lavoro che si sta svolgendo.

Lavorare per piccolo gruppo non nega i momenti di grande gruppo contribuendo a precisarne ed esaltarne meglio il significato. Parte iniziale del laboratorio in grande gruppo, parte finale piccolo gruppo.

Quindi lavorare per piccolo gruppo permette di utilizzare una metodologia didattica, caratterizzata da proprie regole e proprie modalità operative più che dall'opportunità di 'dividersi' i fruitori al progetto in modo più o meno equo fra gli adulti immediatamente presenti. Non dimentichiamo che la compresenza di più esperte-insegnanti rappresenta un palese valore aggiunto nella qualità dei processi educativi messi in atto, in primis i laboratori.

METODOLOGIA

Imparare guardando, toccando, odorando, degustando, giocando con frutta e ortaggi.

MATERIALI

Frutta, ortaggi, piatti, colla, pennelli, forbici, tele...

VERIFICA FINALE - DOCUMENTAZIONE

Ad ogni classe sarà lasciato il materiale prodotto.



Attività

Ciascuna realtà scolastica, all'interno del proprio progetto metodologico/organizzativo, ha elaborato in connessione con il progetto le proprie scelte programmatiche e di gestione.

Le proposte del progetto sono state:

- inserite in un progetto già esistente sviluppandone alcuni contenuti
- su gruppi omogenei
- su gruppi eterogenei come attività di intersezione
- ad "immersione" per un breve periodo e su un contenuto limitato e concordato come appunto è progetto - sensibilizzatore che proponiamo.

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

In alcune realtà dove sono stati proposti i progetti di Educazione Alimentare, tramite la commissione mensa, l'assessorato alla pubblica istruzione, i nutrizionisti esperti dell'ASL, sono iniziate le seguenti attività:

1. progetto dal cibo alla salute con esperti di settore : incontri con i genitori dal titolo "IL BENESSERE FA SCUOLA" progetto realizzato per tutto il territorio dell'oltrepò mantovano sui temi: la consapevolezza alimentare, imparare a mangiare ed a nutrirsi, lo stile di vita come prevenzione, l'impronta ecologica, l'alimentazione e l'ambiente.
2. progetti di costituzione permanente dei Tavoli di lavoro tecnici sull'incontro fra domanda ed offerta di cibo attraverso i canali della domanda aggregata: la scuola, gli ospedali, le case di riposto, attivazione di strumenti operativi per lavorare con il sistema delle imprese.



Elementi di Criticità

- Difficile contatto con i funzionari pubblici che gestiscono le procedure d'appalto, spesso i tematismi e le procedure non sono correlate e seguono vie diverse.
- Difficoltà a far parlare mondi diversi: imprese, ASL, enti pubblici, ecc che invece fanno tutti parte di una stessa catena di procedure collegate ma spesso scollegate con le necessità e i fabbisogni delle mercato, dei cittadini, della prevenzione in tema di salute.
- Troppi passaggi burocratici per realizzare attività semplici ma efficaci nelle scuole, sui luoghi di lavoro, ecc.
- Necessità di definire *Nuove linee guida* in termini di sicurezza alimentare sia intesa come procedure igienico-sanitarie per la produzione di cibo sia intesa come necessità di garantire a tutti un cibo buono da un punto di vista nutrizionale e di salubrità per le aziende agricole famigliari. ●

SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
1

Nome dell'Attività: Fruttolandia Facce di Pappa - Laboratori di educazione alimentare

Partner coinvolti: Istituti Comprensivi di Pegognaga e Sermide, ASL di Mantova, Educatrici e Insegnanti della scuola primaria e della prima infanzia

Bambini coinvolti: circa 400

Scuole coinvolte: Scuola Infanzia Distretto di Sermide: Moglia, Santa Croce, Felonica, Sermide
Scuola primaria Distretto di Pegognaga: Pegognaga

Contatti: GAL Oltrepò Mantovano

Indirizzo: piazza Pio Semeghini, 1 | 46020 Quistello (Mn)

E-mail: coordinamento@galoltrepomantovano.it

Indirizzo web: www.galoltrepomantovano.it; www.deslombardia.it

Numero incontri realizzati: 20

Principali attività realizzate: laboratori scolastici di educazione alimentare e tavolo tematico sui temi dell'alimentazione e della domanda di cibo aggregata e lo stile di vita.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: attivazione di interesse per il tema dei prodotti della filiera corta all'interno dei capitolati d'appalto delle mense e iniziative come "La giornata vegetariana" che ha portato almeno una volta alla settimana alla fruizione nelle mense scolastiche di un pasto a base di vegetali provenienti dal territorio di produzione.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite:

- Difficile contatto con i funzionari pubblici che gestiscono le procedure d'appalto, spesso i tematismi e le procedure non sono correlate e seguono vie diverse.
- Difficoltà a far parlare mondi diversi: imprese, ASL, enti pubblici, ecc che invece fanno tutti parte di una stessa catena di procedure ma spesso scollegate con le necessità e i fabbisogni delle mercato, dei cittadini, della prevenzione in tema di salute.
- Troppi passaggi burocratici per realizzare attività semplici ma efficaci nelle scuole, sui luoghi di lavoro, ecc.
- Necessità di definire Nuove linee guida in termini di sicurezza alimentare sia intesa come procedure igienico-sanitarie per la produzione di cibo sia intesa come necessità di garantire a tutti un cibo buono da un punto di vista nutrizionale e di salubrità.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza:

- attività di formazione permanente.
- laboratori scolastici sui temi dell'alimentazione anche legati a progetti concreti quali l'ORTO SCOLASTICO in cui i bambini possano praticare direttamente la produzione del cibo.

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Oltrepò mantovano

Tavolo tecnico e capitolato d'appalto

Vision

Il progetto locale del Gal Oltrepò mantovano ha costituito un tavolo tecnico operativo permanente composto da: ASL di Mantova, CIR Food (Cooperativa per la ristorazione collettiva), Consorzio Agrituristico Mantovano (consorzio di aziende agricole), il GAL, la Provincia di Mantova ed il Consorzio dei Comuni Oltrepò mantovano.

Tale tavolo ha messo in pratica le *Buone Pratiche del Distretto in tema di educazione alimentare, filiera corta e gestione delle mense civiche con lo scopo di individuare quei percorsi "emblematici" e condivisi da applicare sul territorio.*

Le mense pubbliche e la ristorazione collettiva rappresentano un motore di qualificazione e di mercato per le produzioni locali. La fornitura a tale domanda aggregata di prodotti locali, biologici, di filiera corta può rappresentare, è stato condiviso, un punto di forza per lo sviluppo dell'economia locale.

Su questa partita giocano con importanza strategica le amministrazioni pubbliche, i gruppi di genitori e gli agricoltori per la promozione ed il sostegno a questa tipologia di scelta che rappresenta anche uno stile di consumo consapevole e sostenibile.

Il Tavolo di lavoro ha voluto capire il potenziale di mercato, i possibili volumi d'affari, le implicazioni per il sistema dell'economia locale. Attraverso questa analisi (che è riportata nelle schede dati che seguono) questo modulo ha posto le basi per la costruzione di una **prima sperimentazione pilota**.



Dall'analisi SWOT condotta sul territorio emergono diversi punti di forza a sostegno di una nuova filiera corta locale. In primo luogo, le produzioni del mantovano presentano una forte vocazionalità territoriale, elemento indispensabile per un'azione di valorizzazione locale. La ricerca ha, inoltre, evidenziato la forte partecipazione dei diversi stakeholders presenti nell'area ai diversi momenti di incontro organizzati sul tema dello sviluppo locale e la presenza di una ristorazione collettiva potenzialmente interessata ad una nuova impostazione delle modalità di approvvigionamento che possa coinvolgere le produzioni locali. Le opportunità da cogliere riguardano il crescente interesse da parte di soggetti pubblici (amministrazioni, asl, ecc.) e privati (imprese, consumatori) verso i temi dei prodotti locali e, più in generale, quelli ambientali e territoriali. Inoltre, si segnalano le possibili sinergie derivanti dalla presenza di altri progetti di ricerca attivi sul territorio.

Quale Buona pratica è emersa o sono emerse

Nel territorio dell'oltrepò mantovano sta nascendo un progetto "gemmato" dal DES di *filiera corta integrata* che vuole sperimentare operativamente come i Sistemi di produzione del cibo possono diventare **Driving Force dei Sistemi Agroalimentari locali**.

Dall'unione di una serie di imprese (coop. agricole, cooperative di produzione, coop sociali, coop di commercializzazione, ecc) attraverso un contratto di RETE si sta costruendo un progetto legato alla FILIERA DEL PANE, che mettendo insieme aziende agricole, cooperative sociali e grande distribuzione del cibo organizzata possa realizzare concretamente quanto strutturato in termini di analisi e ricerca dal progetto.

Un progetto di Agricoltura Sociale capace di attivare:

- produzioni sostenibili (grano biologico anche con ricerca sui grani antichi);
- trasformazioni di qualità (pane con lievito madre e con farine provenienti dalle coltivazioni di cui sopra);
- coinvolgimento mulino con macinatura a pietra per farine biologiche (azienda già attiva in zona);
- recupero cascina rurale per punto vendita ed attività culturali collegate con coop sociale (inclusione lavorativa di ragazzi con disabilità e inserimenti lavorativi di persone over 50 espulsi dal mondo del lavoro);
- attivazione catena commerciale con mense scolastiche e GDO cooperativa (attraverso il gestore delle mense scolastiche accordo per acquisto pane della FILIERA DEL PANE da distribuire nelle mense scolastiche del territorio);
- attivazione processo di fund raising multi fondo per i vari step del progetto (progetto concordato e di rete, acquisto macchinari per la produzione, recupero cascina rurale, formazione, comunità resilienti, ecc.).

Attività

CAPITOLATO D'APPALTO:

Si è partiti ragionando sul: Documento MIUR Prot. 7835 del 14/10/2011

"La refezione scolastica è una componente fondamentale della didattica!"

Mangiare a scuola vuol dire anche arricchire il modello alimentare casalingo, attraverso nuovi sapori, gusti ed esperienze alimentari, gestendo le difficoltà nei confronti dei piatti mai assunti o di fronte ad un gusto non gradito al primo assaggio.



Quali sono le attività che l'ASL di Mantova fa e che vuole diffondere come buona prassi attraverso il Tavolo Tecnico del DES

DOCUMENTI:

- Linee guida ristorazione scolastica
- Capitolato d'appalto della qualità delle materie prime
- Linee guida gestione diete speciali
- Linee guida distributori automatici

SORVEGLIANZA NUTRIZIONALE

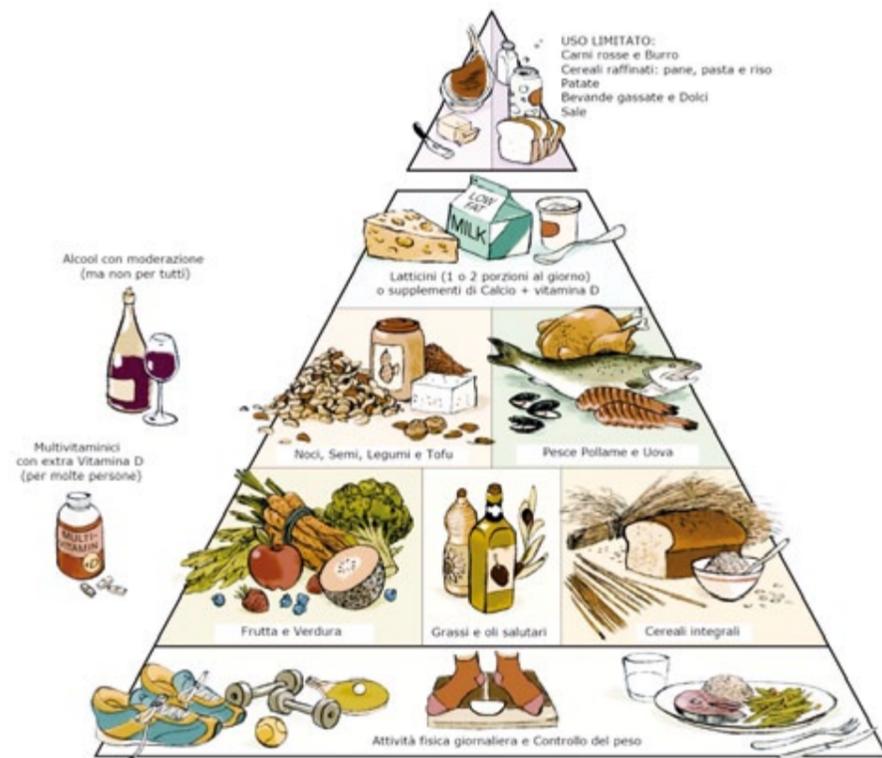
FORMAZIONE

- incontri nelle scuole per genitori e alunni
- corso commissione mensa
- progetti di educativi

CARATTERISTICHE DELLA DIETA MODERNA

- Ricca di grassi saturi
- Ricca di proteine animali
- Povera di nutrienti essenziali
- Povera di fibra
- Ricca di calorie vuote
- Ricca di zuccheri semplici e cereali raffinati
- Dieta pro-infiammatoria

La dieta mediterranea... ci insegna invece che



Occorre mangiare poca carne rossa, anche per il consumo enorme di risorse idriche che tali allevamenti producono.

Mangiare molti cereali integrali.

Occorre ogni giorno mangiare, e queste indicazioni sono contenute nelle linee guida dei CAPITOLATI D'APPALTO TIPO:

- Almeno due porzioni di verdura
- Sempre la frutta

Ogni settimana

- 1-2 volte a settimana il pesce
- 1 volta a settimana menù con proteine vegetali (legumi)
- 1 volta a settimana carne rossa
- 1 volta a settimana carne bianca
- 1 volta a settimana a scelta uova o formaggio

Ogni 15 giorni...

1 volta ogni 15 giorni salumi, pizza...

Occorre aumentare i Menu vegetariani nelle proposte settimanali dei menu scolastici:

- Aumentare le proposte e la varietà dei cibi
- Dare risposta a chi richiede menù senza carne
- Venire incontro a culture diverse che richiedono menù etici religiosi
- Aumentare l'attenzione verso l'ambiente anche con le scelte alimentari

Nel Capitolato d'appalto TIPO sono indicati le seguenti indicazioni:

- Filiera corta
- Prodotti preferibilmente freschi
- Verdura preferibilmente italiana e locale
- Possibilmente biologica in particolare per la fascia nido

LINEE GUIDA PER CAPITOLATO D' APPALTO IN RISTORAZIONE COLLETTIVA

CARATTERISTICHE MERCEOLOGICHE DELLE DERRATE ALIMENTARI

Revisione marzo 2013 a cura di G. GIANNELLA - M.C. BASSI - M. CHIESA - C. CHIOZZA

DIPARTIMENTO DI PREVENZIONE MEDICA - AREA PROMOZIONE DELLA SALUTE
SERVIZIO IGIENE ALIMENTI E NUTRIZIONE ASL MANTOVA

Raccomandazioni in tema di qualità

- Opzione per prodotti D.O.P. / I.G.P. ai sensi del Regolamento CE 510/2006 prodotti S.G.T. registrati in conformità al Regolamento CE 509/2006;
- Rispetto della Legge n. 488/99 (comma 4, art. 59) "... Le istituzioni pubbliche che gestiscono mense scolastiche ed ospedaliere prevedono nelle diete giornaliere l'utilizzazione di prodotti biologici, tipici e tradizionali nonché quelli a denominazione protetta..."
- Opzione per produzioni da "filiera corta" come previsto dal PAN (Piano d'Azione Nazionale per la sostenibilità ambientale): Decreto Interministeriale 135/2008 che definisce la "ristorazione come settore merceologico in cui adottare criteri di preferibilità ambientale".



D.Lgs 163/2006 (Codice degli Appalti) all'art.2 comma 2 prevede che:
"il principio di economicità possa essere subordinato ai criteri previsti dal bando ispirati a esigenze sociali, tutela della salute, dell'ambiente e alla promozione dello sviluppo sostenibile."

GIORNATA VEGETARIANA:

Il 29 Novembre 2013 in collaborazione con la Provincia di Mantova, l'ASL, gli Istituti Comprensivi e i tre GAL mantovani coinvolti nel progetto è stata realizzata la GIORNATA VEGETARIANA nelle scuole primarie e secondarie della provincia di Mantova.

Preceduta da incontri e laboratori realizzati nelle scuole coinvolte, nello stesso giorno in tutte le scuole che hanno aderito, (circa 10 Istituti comprensivi per circa 1.000 bambini coinvolti) nelle mese è stato distribuito un pasto completo vegetariano per iniziare ad introdurre il concetto della necessità di mangiare più verdura e frutta e di capire che cosa si sta mangiando e da dove il cibo proviene.



TAVOLO TERRITORIALE:

Il tavolo Tecnico Territoriale che ha visto la convocazione di circa **10 incontri** ha prodotto:

- l'idea della giornata vegetariana;
- l'istituzione di un LAB FOOD che attualmente ancora attivo sul territorio del GAL Oltrepomantovano sta realizzando un percorso partecipato per individuare i temi su cui lavorare per la nuova programmazione comunitaria con diversi e più allargati stake holder del territorio;
- la realizzazione di giornate ed attività sul Benessere a Scuola in corso di realizzazione;
- la diffusione delle Linee Guida Per il Capitolato d'Appalto condiviso.

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

NUOVA PROGETTUALITÀ:

Nel territorio dell'oltrepò mantovano sta nascendo un progetto "gemmato" dal DES di *filiera corta integrata* che vuole sperimentare operativamente come i Sistemi di produzione del cibo possono diventare **Driving Force dei Sistemi Agroalimentari locali**. Dall'unione di una serie di imprese (coop. agricole, cooperative di produzione, coop sociali, coop di commercializzazione, ecc) attraverso un contratto di RETE si sta costruendo un progetto legato alla FILIERA DEL PANE, che mettendo insieme aziende agricole, cooperative sociali e grande distribuzione del cibo organizzata possa realizzare concretamente quanto strutturato in termini di analisi e ricerca dal progetto.

CAPITOLATO D'APPALTO:

Diffusione delle linee guida da inserire nei Capitolati d'appalto dei Comuni, attività di formazione, sensibilizzazione e coinvolgimento.

Elementi di Criticità

- Scarsa attenzione e sensibilità ai temi della costruzione della salute attraverso il cibo da parte dei funzionari pubblici preposti alla costruzione dei capitolato d'appalto
- Elementi di controllo sull'applicazione dei capitolati poco efficaci
- Scarsi elementi di educazione alimentare all'interno degli approcci didattici e formativi nelle scuole, dell'obbligo: imparare a mangiare e cosa mangiare diventa un aspetto educativo fondamentale per un approccio ed uno stile di vita completamente diverso dall'attuale. ●



SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
2

Nome dell'Attività: Tavolo tecnico e Capitolato d'appalto

Partner coinvolti: ASL di Mantova, CIR Food (Cooperativa per la ristorazione collettiva), Consorzio Agrituristico Mantovano (consorzio di aziende agricole), il GAL, la Provincia di Mantova ed il Consorzio dei Comuni Oltrepò mantovano

Contatti: GAL Oltrepò Mantovano

Indirizzo: piazza Pio Semeghini, 1 | 46020 Quistello (Mn)

E-mail: coordinamento@galoltrepomantovano.it

Indirizzo web: www.galoltrepomantovano.it ; www.deslombardia.it

Numero incontri realizzati: 10 incontri di lavoro del tavolo tecnico

Principali attività realizzate:

- Convegno "Il territorio ci Nutre" Nell'ambito della Fiera Agricola Millenaria di Gonzaga nel Settembre 2013;
- Giornata vegetariana il 29 Novembre 2013;
- Definizione Linee Guida da introdurre nei Capitolati d'Appalto;
- Attivazione LAB FOOD permanente sul territorio. Percorso per l'ottenimento riconoscimento Unesco patrimonio immateriale;
- Nuovo progetto sulla realizzazione di una AGRI FARM sulla FILIERA DEL PANE.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto:

- realizzare una politica pubblica per la salute che coinvolga tutti i settori della società, non solo quello sanitario;
- creare ambienti di vita in grado di fornire sostegno;
- potenziare l'azione della comunità nella tutela della salute;
- sviluppare le competenze dei cittadini per renderli interlocutori responsabili delle scelte di salute;
- riorientare i servizi sanitari verso un percorso di promozione che va oltre l'erogazione della assistenza sanitaria;
- coinvolgimento attivo di stake holder (pubblici, privati ed soggetti del sistema della istruzione).

Problemi riscontrati / esperienze acquisite: Impegno ad improntare le azioni legate al cibo e alla salute al binomio:

"Promozione della salute - Promozione della qualità": la qualità del cibo dipende dalla genuinità (requisiti di sicurezza alimentare e merceologici) dalla qualità biologico (requisiti nutrizionali e sensoriali) dalla qualità psicologica (requisiti culturali, ambientali ed etnici).

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: AGRI FARM- FILIERA DEL PANE.



Focus sul territorio

GAL Oltrepò mantovano

L'analisi censuaria evidenzia l'importanza della zootecnia nel sistema agroalimentare locale. Il territorio del Gal Oltrepò Mantovano è caratterizzato, infatti, dalla presenza di allevamenti suini, che rappresentano oltre il 60% degli allevamenti zootecnici, e di quelli bovini (circa il 30%). L'importanza di tali produzioni è da ricondurre in primo luogo alle filiere del suino pesante padano e a quella del parmigiano reggiano. Sul versante delle produzioni agricole, il sistema locale, costituito da circa 1.539 imprese per un totale di 31.412 ettari, è sorretto dalla cerealicoltura che occupa oltre l'80% della superficie agricola utilizzata (SAU). Il restante 20% della SAU è investita principalmente ad ortaggi (poco più del 10%), fruttiferi e vite. In un tale contesto, appare chiaro come le imprese coinvolte nelle filiere sopracitate possano essere solo marginalmente interessate allo sviluppo di nuovi progetti per il sostegno di sistemi agroalimentari locali poiché dispongono già di strategie a livello sovra aziendale per la commercializzazione e valorizzazione dei prodotti. Le imprese agricole potenzialmente attratte da nuove forme organizzative volte al sostegno e allo sviluppo locale sono senza dubbio quelle che, per caratteristiche tecnico-produttive ed economiche, risultano inadatte ad affermarsi nei contesti produttivi sopracitati. Tali considerazioni trovano conferma dall'analisi dei dati raccolti mediante indagine diretta. In primo luogo, è da sottolineare come alla buona disponibilità mostrata dalle imprese a partecipare all'indagine non corrisponda un elevato interesse al progetto proposto. Solo 6 imprese su 45 dichiarano, infatti, di essere disponibili a partecipare ad un eventuale fase di sperimentale del progetto DES Lombardia. La risposta negativa è riconducibile, da un lato, alla presenza di organizzazioni strutturate sul territorio quali quelle legate ai prodotti tipici come precedentemente sottolineato, dall'altro, alla presenza di imprese agricole di dimensioni tecnico-economiche ridotte caratterizzate da una bassa propensione all'innovazione. A tal riguardo, i dati raccolti evidenziano alcuni aspetti particolarmente critici come l'età media dei conduttori aziendali, 65 anni, la più elevata tra quelle registrate nei diversi territori, il basso livello di istruzione e il ridotto numero di eventi innovativi registrati negli ultimi 5 anni.

Per quanto riguarda i prodotti potenzialmente veicolabili attraverso nuove forme di filiera corta (**Fig. 1**), si segnalano alcune produzioni particolarmente interessanti quali quelle frutticole (in particolare pere), le orticole oltre che alcuni prodotti trasformati quali, ad esempio, le marmellate e i succhi di frutta, le conserve e il vino. Tra le produzioni zootecniche si segnala l'elevata disponibilità di carne suina sia fresca sia lavorata. La ricerca ha evidenziato, per quanto riguarda la potenziale domanda aggregata locale, un elevato interesse nei confronti della ristorazione collettiva. Nei 17 comuni del Gal sono presenti ben 75 strutture di ristorazione collettiva per un totale di circa 800.000 pasti annui (**Tab.1 e Tab. 2**).

Fig. 1 - I prodotti del territorio per il progetto DES Lombardia
Fonte: elaborazione DEMM su dati indagine



La presenza di strutture di dimensioni unitarie contenute e distribuite sul territorio appare particolarmente adatta alla definizione di possibili sinergie positive tra l'esigenza dei produttori agricoli di valorizzare le proprie produzioni e quella delle società di ristorazione di proporre all'interno dei menù i prodotti del territorio.

Dall'analisi SWOT condotta sul territorio (**Tab. 3**) emergono diversi punti di forza a sostegno di una nuova filiera corta locale. In primo luogo, le produzioni del mantovano presentano una forte vocazionalità territoriale, elemento indispensabile per un'azione di valorizzazione locale. La ricerca ha, inoltre, evidenziato la forte partecipazione dei diversi stakeholders presenti nell'area ai diversi momenti di incontro organizzati sul tema dello sviluppo locale e la presenza di una ristorazione collettiva potenzialmente interessata ad una nuova impostazione delle modalità di approvvigionamento che possa coinvolgere le produzioni locali. Per quanto riguarda i punti di debolezza di una simile impostazione si segnala la scarsa propensione all'innovazione riscontrata nelle imprese oggetto di studio e il possibile disinteresse verso nuovi canali commerciali da parte di quelle imprese inserite in filiere particolarmente strutturate. Le opportunità da cogliere riguardano il crescente interesse da parte di soggetti pubblici (amministrazioni, asl, ecc.) e privati (imprese, consumatori) verso i temi dei prodotti locali e, più in generale, quelli ambientali e territoriali. Inoltre, si segnalano le possibili sinergie derivanti dalla presenza di altri progetti di ricerca attivi sul territorio (es. Bioregione). Possibili minacce fanno riferimento all'elevata frammentazione delle proposte a sostegno dei sistemi agroalimentari locali e, per quanto riguarda il possibile rapporto tra mondo agricolo e ristorazione collettiva, l'elevata asimmetria informativa esistente tra questi diversi attori. In conclusione, la ristorazione collettiva sembra, nel caso del Gal Oltrepò Mantovano, una potenziale forma di domanda aggregata particolarmente interessante per lo sviluppo di un vero e proprio Distretto di Economia Solidale. ●

Tab. 1 - Il Territorio

Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

GAL OLTREPÒ MANTOVANO	
N° Comuni	17
Popolazione residente (Istat, 2010)	46.729
Superficie Km ²	418
N° Strutture ristorazione collettiva	75

Tab. 2 - La ristorazione collettiva

Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

	N° STRUTTURE	N° PASTI
Scuole	62	334.957
Residenze sociali per anziani	13	447.305
Totale	75	782.262

Tab. 3 - Elementi strategici per lo sviluppo di una filiera corta locale

Punti di Forza		Punti di Debolezza	
+	Prodotti con forte legame territoriale	-	Offerta agricola locale poco propensa all'innovazione
+	Elevata partecipazione da parte dei diversi stakeholders	-	Presenza di filiere molto strutturate
+	Ristorazione collettiva: potenziale nuova forma di domanda aggregata		
Opportunità		Minacce	
+	Elevato interesse (soggetti pubblici e privati)	-	Eccessiva frammentazione delle proposte a sostegno dei sistemi agroalimentari locali
+	Nuove politiche	-	Asimmetria informativa tra mondo agricolo e ristorazione collettiva
+	Possibili sinergie con altri progetti attivi sul territorio		

GAL Colline moreniche del Garda



Territorio | Provincia di Mantova, Colline moreniche, alto Mantovano
Sede | Piazza Castello, 8/f | 46040 Cavriana (Mn)
Tel. e fax | 0376 806241
Sito web | www.galcollinemorenicedelgarda.it
E-mail | info@galcollinemorenicedelgarda.it
Direttore | Maurizio Covri

Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	6	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Direttore GAL	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013		
	n. incarichi esterni assegnati	2	
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. schede rilevate	40	
	n. contatti aziende (circa)	60	
	altro		
3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati		
	n. incarichi esterni assegnati		
	Tipologia attività svolta	Coordinamento preliminare	
	altro		

4	Partecipazione attiva al mercato "Prodotti Locali per un consumo consapevole "Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati		
	n. incarichi esterni assegnati		
	n. produttori coinvolti	5	
	Altro (materiale prodotto, ecc)	4 Roll up	
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 Modulo monitoraggio; 2 Buone prassi; Co-organizzazione evento finale 27.03.2014
	n. attività pilota realizzate	2	
	n. buone prassi	2	
	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report		
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)	x	
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web		
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc, circa)		300
	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto		10
	n. comunicati stampa o altro		2
7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		1
	n. produttori censiti		37
	n. tavoli territoriali attivati		6
	n. risorse umane dedicate		1

	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		1 (in corso)
	Tipologia attività realizzata		identificazione nome vino del territorio
	n. tavoli territoriali attivati		1 presso Comunità Montana Alto Garda Bresciano
	Educazione Alimentare		
	n. laboratori realizzati		20 (in corso)
	n. scuole coinvolte		6 istituti comprensivi
	n. educatori esterni coinvolti		4
	Materiale prodotto		didattico e promozionale (in corso)
	altro		0
	n. tavoli territoriali attivati		0
	Capitolato d'appalto		
	n. documenti analizzati		=
	n. proposte avanzate		=
	n. tavoli territoriali avviati		
	altro		
	Comunicazione e Animazione locale		
	n. iniziative di promozione dei produttori		3
	n. attività di comunicazione		10
	n. attività specifiche a livello locale		6
	altro		

Progetto Pilota DES MISURA 421 PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERREGIONALE
GAL Colline moreniche del Garda

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Colline moreniche del Garda Identificazione del nome del vino del territorio



Vision

Il progetto iniziale inserito nel modulo locale DES prevedeva la creazione di una rete di imprese, quale fase preliminare di un percorso verso un marchio collettivo d'area per i prodotti eno-gastronomici delle colline; tale rete di imprese deve pervenire alla definizione più dettagliata degli standard di produzione per garantire una univoca identificazione dei prodotti, il loro legame al territorio ed una migliore commercializzazione. Questo processo doveva avvenire mediante incarico ad una società o professionista esperto di sviluppare una attività di animazione territoriale per stimolare la creazione della rete e di fornire assistenza tecnica per procedere verso la identificazione di un brand territoriale in grado di valorizzare i prodotti tipici e tradizionali.

In questo ambito, vista la difficoltà di muoversi nel momento attuale nell'ambito dei marchi d'area anche per la frammentazione normativa dominante, si è ritenuto di modificare parzialmente il progetto limitandolo al vino, considerato prodotto di eccellenza del territorio delle Colline moreniche del Garda, unitamente al Grana Padano, in grado di trainare, anche per l'autorevolezza e la rappresentatività di molte delle imprese di vinificazione presenti sul territorio, altri prodotti verso lo stesso percorso.

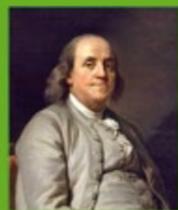
In particolare per il vino si è ritenuto prioritario procedere alla identificazione di un nome che possa caratterizzare la produzione locale (sulla falsariga di "lugana", o "chianti", o "franciacorta" per intenderci); tutti i produttori aderenti procedono alla sottoscrizione di un disciplinare di produzione che garantisca uniformità al prodotto, che sarà caratterizzato dal fatto di essere presente nei cataloghi di tutti i produttori, affiancando le etichette tradizionali di ciascun produttore.

Attività

Si è svolta una serie di incontri fra produttori, con l'intervento ed il sostegno del Consorzio tutela vini mantovani, per definire le caratteristiche del vino cui attribuire il nome riconducibile al territorio delle Colline moreniche del Garda, e definire quindi le caratteristiche che saranno inserite nello specifico disciplinare di produzione.

Si è quindi proceduto alla individuazione delle principali agenzie di comunicazione, marketing e/o pubblicità della zona mantovana e delle zone limitrofe, accomunate dalla caratteristica di avere lavorato in precedenza nel settore vitivinicolo anche se per interventi di diverso tenore rispetto a quello in questione.

A tutte queste agenzie è stata chiesta una eventuale manifestazione di interesse a partecipare ad una successiva selezione ad evidenza pubblica per l'ottenimento dell'incarico della individuazione del nome di un vino del territorio nonché per la formulazione di



Benjamin Franklin

"Non ci può essere un buon modo di vivere dove non c'è un buon modo di bere"

un progetto strategico di massima di promozione del prodotto in oggetto.

Sette agenzie hanno risposto positivamente e sono quindi state invitate a presentare la propria formale offerta, avvertendo che la scelta sarebbe stata affidata ad una Commissione di esperti e produttori.

Non si entra nel dettaglio delle successive fasi della scelta per ragioni legate alle future strategie di promozione del prodotto.

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

Il lavoro di gruppo dei produttori, finalizzato ad un interesse comune legato alla promozione del territorio e, mediante questo, dei prodotti delle cantine, ha consentito di superare iniziali difficoltà e lascia spazio alla possibilità di operare nel prossimo PSL su nuove progettualità legate alla filiera vitivinicola.



Elementi di Criticità

Difficoltà iniziali nell'orientare verso una visione unitaria dei problemi il gruppo di produttori. ●

SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
1

Nome dell'Attività: Identificazione del nome del vino del territorio

Partner coinvolti: Consorzio di tutela dei vini mantovani, produttori dell'area GAL, esperti

Contatti / Indirizzo:

Email: / Indirizzo web:

Numero incontri realizzati: 3 incontri con gli operatori

Principali attività realizzate: Attribuzione incarico professionale per la identificazione del nome del vino del territorio e per la redazione di un progetto strategico di massima per la promozione dello stesso

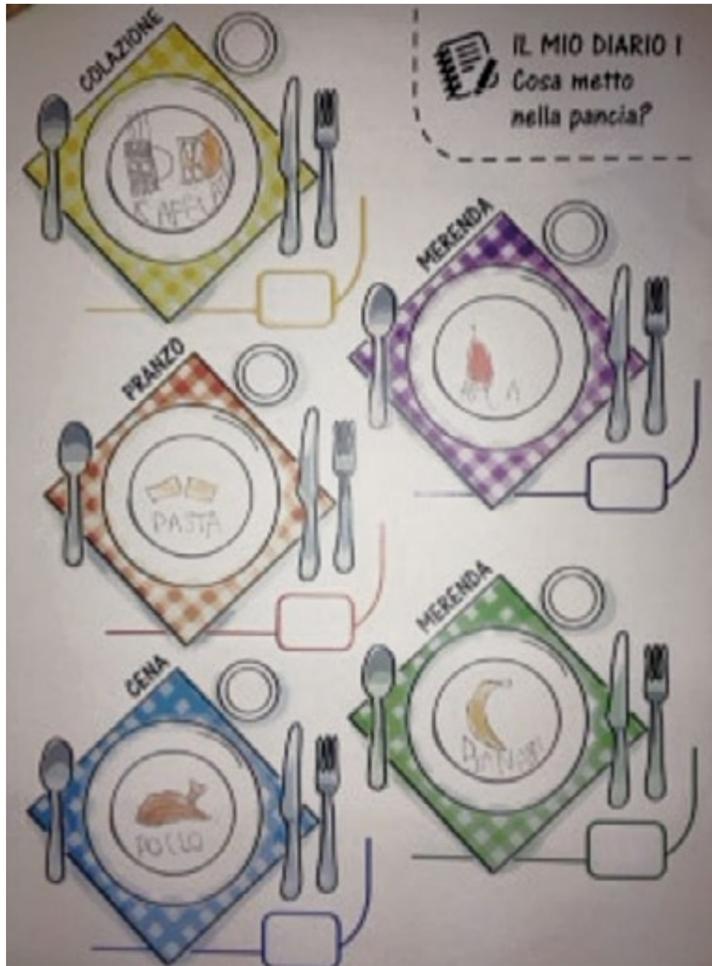
Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: Identificazione del nome condiviso dai principali produttori locali; creazione di uno spirito di collaborazione fra i diversi produttori, preliminare ad una futura collaborazione per l'attuazione del piano strategico di marketing e promozione del prodotto.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite: Acquisita importante esperienza nella guida del gruppo di produttori verso forme di collaborazione di filiera.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: Sviluppo ed attuazione progetto di promozione del prodotto di cui è stato identificato il nome. Possibilità di attivare altre progettualità relative alla filiera vitivinicola, ritenuta di eccellenza per l'area GAL.

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Colline moreniche del Garda

Progetto di educazione alimentare AMA (Alimentazione, Movimento, Acqua)



Vision

Alimentazione, Movimento e Acqua sono le tre variabili che consentono di costruire uno stile di vita sano. Sempre più appare strategico l'incontro tra la Scuola e il Territorio. Conoscere ciò che ci circonda, saper scegliere per sé e per la propria famiglia prodotti sani, etici e sostenibili perché a Km 0, maturare attenzioni verso la propria salute: sono elementi che entrano a far parte del percorso di crescita dei cittadini del futuro.

Per questo motivo il progetto intendeva sviluppare le proprie finalità di attenzione alla salute e al territorio con l'aiuto dei bambini, dei ragazzi e degli insegnanti disponibili a collaborare. Perché il curriculum della scuola possa essere sempre più ecologico e aperto al territorio. Perché il territorio possa svilupparsi attraverso le attenzioni dei propri cittadini.

Il progetto ha avuto attenzione a tre livelli di target.

TARGET: bambini della scuola dell'Infanzia e della scuola primaria; ragazzi delle scuole secondarie di primo grado del territorio

Si sono proposti alle classi/gruppi interessati dei laboratori della durata di 6 ore ciascuno per la realizzazione di una guida da consegnare alle famiglie. In questa piccola pubblicazione, creata dai bambini e dai ragazzi con il supporto degli esperti (che hanno curato la progettazione, la realizzazione e la verifica del processo educativo e del prodotto) sono evidenziati:



- I concetti chiave del modello di lavoro (A.M.A) visti con gli occhi dei bambini nei laboratori creativi;
- I prodotti tipici del territorio che rientrano nel concetto di filiera corta del modello (A).

TARGET: insegnanti

Si è costruita una piccola guida per gli insegnanti, sulla base delle esperienze realizzate nelle scuole nell'azione 1. Lo scopo è permettere la continuazione del lavoro anche in futuro e di favorire la disseminazione di questa tematica in altre classi non direttamente coinvolte dai laboratori.

Si sono realizzate alcune unità didattiche di lavoro per ogni fascia di scuola. Questo materiale verrà poi distribuito in tutte le scuole del territorio.

TARGET comunità locale (insegnanti, genitori, istituzioni locali, medici di base, ecc)

Si è organizzato un evento finale in cui sono stati presentati i materiali prodotti nelle scuole e le unità didattiche per gli insegnanti. Erano presenti le scuole e le istituzioni del territorio oltre che le famiglie.

Nell'occasione sono stati distribuiti i materiali e si sono proposti alcuni strumenti aggiuntivi (ad esempio un flyer con il bilancio della giornata alimentare) per supportare le famiglie nelle scelte consapevoli di consumo.

Attività

Il percorso di educazione alimentare e al consumo dei prodotti locali, per ciascun modulo, si è sviluppato in tre incontri della durata di due ore ciascuno.

Ogni incontro è strutturato in attività differenti: narrazione di storie, disegni, schede didattiche e giochi motori che rappresentano aspetti specifici del curriculum (ad esempio si simulano i processi dei diversi cibi "nella pancia").

I protagonisti sono KamaLeo, un camaleonte magico che cambia colore a seconda della qualità del cibo ingerito; Mago Gino Fruttino, un mago che abita nelle Colline Moreniche e che ha due nipotini che lo vanno a trovare e che si chiamano Olmo e Betta.

Nella prima unità KamaLeo deve fare la spesa per aiutare il Mago ma combina un sacco di pasticci! I bambini come KamaLeo devono fare la loro spesa e vengono aiutati, attraverso il cappello del tre colori, a categorizzare i diversi cibi. Ogni bambino porta a casa un cappello dei tre colori da costruire insieme a mamma e papà!

Nella seconda unità il Mago riceve la visita dei suoi nipotini e prepara per loro un pranzo succulento. I bambini devono disegnare ciò che mangiano nei 5 pasti quotidiani e in relazione alla tipologia di cibo ricevono dei gettoni che diranno, alla fine delle attività, il vero colore della loro pancia.

Nella terza unità si tirano le somme del percorso e i bambini vengono coinvolti in un divertente quiz sui prodotti locali e su quanto hanno imparato. KamaLeo e Mago Gino Fruttino danno l'arrivederci a tutti alla prossima occasione!

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

La collaborazione con le scuole del territorio ha consentito di stabilire un rapporto fiduciario che ha già prodotto effetti positivi.

Infatti al GAL è stato chiesto di collaborare con alcune scuole del territorio per la predisposizione di un progetto per la partecipazione ad un bando "Le scuole della Lombardia per Expo Milano 2015", avente ancora come riferimento principale il rapporto fra territorio e prodotti tipici e tradizionali.

Elementi di Criticità

Inserimento dell'iniziativa nel corso dell'anno, a programmazione didattica iniziata, limite che ha impedito a diverse classi di partecipare all'iniziativa, cosa che ne avrebbe amplificato il successo. ●

SOMMARIO BUONE PRASSI



Nome dell'Attività: Progetto di educazione alimentare AMA (Alimentazione, Movimento, Acqua)

Partner coinvolti: tutti i plessi scolastici del territorio del GAL

Contatti / Indirizzo:

E-mail / Indirizzo web:

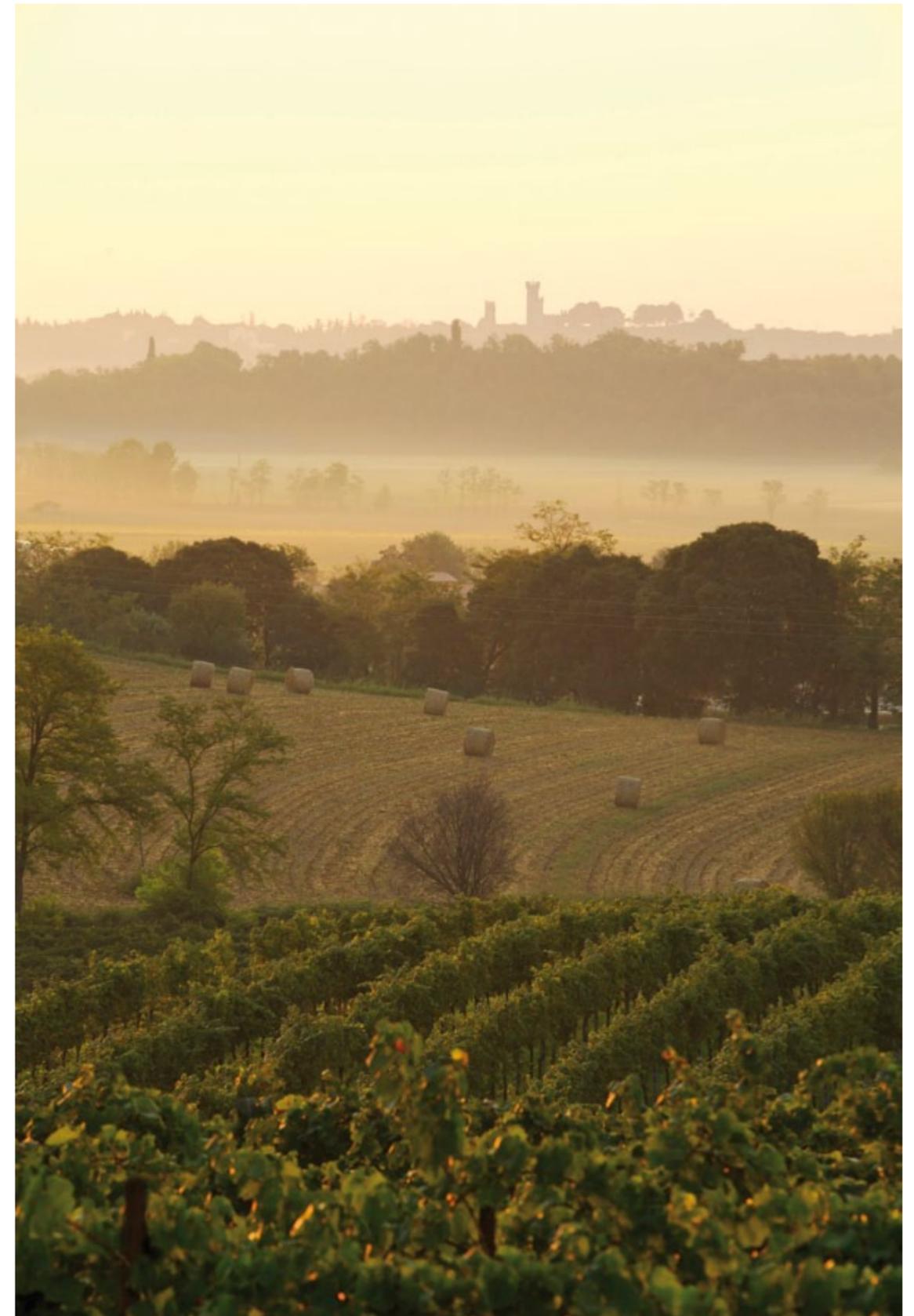
Numero incontri realizzati: 8 incontri della direzione GAL con le direzioni dei diversi Istituti comprensivi del territorio (6); 6 incontri da parte dell'equipe di progettazione dello Studio Pegaso con le scuole, in particolare con i docenti incaricati di seguire il progetto. 1 incontro finale di presentazione dei risultati conseguiti.

Principali attività realizzate: 24 moduli di 6 ore ciascuno

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: sensibilizzazione degli scolari (e indirettamente delle famiglie) circa il valore di una corretta alimentazione nonché del rapporto esistente fra alimentazione e territorio sotto il profilo dei prodotti tipici e tradizionali.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite:

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: Partecipazione del GAL ad iniziative delle scuole su bandi per Expo 2015.



Focus sul territorio GAL Colline moreniche del Garda

Il territorio del Gal Colline Moreniche del Garda è caratterizzato dalla presenza di un sistema agroalimentare costituito da 13.000 ettari circa di SAU e 1.096 imprese. Lo studio relativo alla specializzazione produttiva del territorio evidenzia una situazione complessa che risente, da un lato, della morfologia del territorio e dalla vicinanza con il lago di Garda, dall'altro, della prossimità con l'agricoltura tipica della pianura padana. Questo aspetto è confermato dallo studio relativo all'utilizzazione delle superfici, infatti, dai dati del VI Censimento Generale dell'Agricoltura si osserva come l'80% sia investita a cereali. La restante parte è destinata principalmente a vite, fruttiferi (pesco), ortaggi e olivo. Lo sviluppo di quest'ultimo è relativamente recente e da mettere in relazione alle caratteristiche fisiche del territorio e all'influenza positiva di un'olivicoltura particolarmente affermata come quella del vicino Garda. Per quanto riguarda la consistenza degli allevamenti, oltre il 50% dell'attività zootecnica è rappresentata dall'allevamento avicolo. Significativa anche se decisamente contenuta la presenza di allevamenti bovini e suini.

L'indagine diretta ha permesso di evidenziare alcune importanti caratteristiche delle imprese agricole operanti sul territorio. In primo luogo, è emersa una buona disponibilità a partecipare al questionario a testimonianza dell'apertura delle imprese al dialogo con i diversi interlocutori territoriali. Da un punto di vista tecnico-economico, le realtà analizzate appaiono vitali ed estremamente interessanti da un punto di vista competitivo. La superficie media aziendale, infatti, è più elevata rispetto a quella rilevata dai dati censuari (oltre 17 ettari ad azienda contro una SAU di poco superiore agli 11 ettari). L'età media dei conduttori risulta decisamente contenuta (46 anni), buona presenza di imprenditoria femminile e, più in generale, di donne che lavorano a diverso titolo in azienda. Il livello di formazione non risulta particolarmente elevato ma si segnala una buona predisposizione a partecipare a specifici corsi di formazione. L'apertura all'innovazione è testimoniata da un elevato numero di imprese (32 su 37) che hanno attuato interventi innovativi negli ultimi 5 anni e risultano ben 27 le imprese disponibili a partecipare attivamente ad eventuali azioni promesse nell'ambito del progetto DES Lombardia.

Dall'indagine diretta, i prodotti potenzialmente veicolabili attraverso nuove forme di filiera corta locale sono molteplici (Fig. 1); tra le produzioni vegetali troviamo gli ortaggi, la frutta, il vino, l'olio e le conserve, tra quelle animali, buona disponibilità di uova, prodotti lattiero caseari, carni bovine, suine e miele.

Come per gli altri territori, l'analisi delle possibili forme di domanda locale aggregata ha interessato in primo luogo la ristorazione collettiva presente sul territorio (Tab. 1 e Tab. 2).

Fig. 1 - I prodotti del territorio per il progetto DES Lombardia
Fonte: elaborazione DEMM su dati indagine



Nei sei comuni del Gal sono presenti ben 41 strutture ristorative per un totale di oltre un milione di pasti erogati all'anno di cui oltre il 70% fanno riferimento alla ristorazione ospedaliera e a quella legata alle residenze per anziani.

Le esigenze espresse da questa tipologia di domanda sembrerebbero sconsigliare, almeno in questa fase, lo sviluppo di azioni dirette alla costituzione di una filiera locale di questo tipo. Infatti, la natura dei prodotti offerti, l'elevata stagionalità di alcuni di essi e l'esigenza dei produttori di mantenere prezzi elevati sembrano in netto contrasto con le esigenze tipiche di una ristorazione dai grandi numeri.

L'analisi SWOT condotta sul territorio (Tab. 3) mette in evidenza alcuni punti di forza relativi all'offerta agricola locale. In particolare, lo sviluppo di una nuova filiera corta locale può contare su produzioni con un forte legame territoriale ed una buona diversificazione con la disponibilità di prodotti, come ad esempio il vino e l'olio, che ben si prestano ad azioni di marketing territoriale. Inoltre, le imprese analizzate hanno evidenziato una buona propensione all'innovazione e alla partecipazione ad eventuali azioni di collaborazione con gli altri stakeholders presenti sul territorio. I principali punti di debolezza sono riconducibili, da un lato, alle possibili difficoltà di approvvigionamento per alcuni prodotti soggetti a problemi di stagionalità e, più in generale, ad una ridotta disponibilità, dall'altro, all'assenza di un vero e proprio prodotto rappresentativo del territorio in grado di assumere il ruolo guida per le diverse azioni di marketing. Tra le opportunità evidenziate emergono: le caratteristiche di un territorio particolarmente interessante sia da un punto di vista paesaggistico sia per quanto riguarda gli aspetti culturali, la vicinanza con note località turistiche come il lago di Garda, la presenza in aree limitrofe di sistemi produttivi affermati in grado di costituire un possibile volano per le produzioni del territorio (es. olivicoltura). Per alcuni prodotti, quali ad esempio il vino, la presenza di alcune tra le più importanti aree di produzione italiane ed internazionali potrebbe costituire una minaccia all'affermazione dei prodotti del territorio. Tale preoccupazione potrebbe essere minimizzata attraverso un percorso di consolidamento dell'identità locale in grado di sostenere, al tempo stesso, le produzioni ed il territorio. In conclusione, le azioni da intraprendere per favorire lo sviluppo di una filiera corta devono puntare, da un lato, sulla vocazione turistica dell'area, dall'altro, sulla necessità di una strategia di valorizzazione delle produzioni in un'ottica di marketing territoriale. ●

Tab. 3 - Elementi strategici per lo sviluppo di una filiera corta locale

Punti di Forza		Punti di Debolezza	
+	Produzioni con forte legame territoriale	-	Difficoltà approvvigionamento per alcuni prodotti (quantità e periodo)
+	Buona diversificazione dei prodotti	-	Assenza di un prodotto rappresentativo del territorio
+	Dinamicità delle aziende agricole oggetto di studio		
Opportunità		Minacce	
+	Territorio ad elevato interesse paesaggistico e culturale	-	Competizione con altre realtà territoriali più conosciute
+	Vicinanza con importanti aree turistiche		
+	Presenza di sistemi agricoli affermati in aree limitrofe		

Tab. 1 - Il Territorio

Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

GAL COLLINE MORENICHE DEL GARDA	
N° Comuni	6
Popolazione residente (Istat, 2010)	43.799
Superficie Km ²	184
N° Strutture ristorazione collettiva	41

Tab. 2 - La ristorazione collettiva

Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

	N° STRUTTURE	N° PASTI
Scuole	26	329.120
Ospedali	3	252.493
Residenze sociali per anziani	12	539.486
Totale	41	1.121.099

GAL Garda Valsabbia



Territorio | Provincia di Brescia, 9 Comuni del Parco Alto Garda Bresciano e 12 Comuni della Valle Sabbia
Sede | via Ragazzi del 99 n° 5 | 25087 Salò (Bs)
Tel. | 0365.21261 | **fax** 0365.20944
Sito web | www.gal-gardavalsabbia.it
E-mail | info@gal-gardavalsabbia.it
Direttore | Nicola Gallinaro
Collaboratore di progetto | Davide Boni

Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	6	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Incaricato di progetto	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013		
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. incarichi interni assegnati	0	
	n. schede rilevate	20	
	n. contatti aziende (circa)	60	
	altro	Su base di elenco Registro Imprese sono state contattate anche cooperative agricole e imprese	
3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	0	
	n. incarichi esterni assegnati	0	



	Tipologia attività svolta	Contatto di produttori per proporre partecipazione; recupero di formaggio "Tombea" presso domicilio del produttore	
	altro		
4	Partecipazione attiva al mercato "Prodotti Locali per un consumo consapevole" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	0	
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. produttori coinvolti	4	
	Altro (materiale prodotto, ecc)	Animazione presso stand del territorio del GAL e distribuzione di materiale informativo del territorio del GAL GardaValsabbia e territorio di Parco Colline Moreniche	
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 Modulo monitoraggio; 1 Buona prassi
	n. attività pilota realizzate		Tavolo di condivisione problematiche DOP presso Comunità Montana Parco Alto Garda
	n. buone prassi		capitolato d'appalto con RSA Salò per inserimento spot di piatto a base di prodotti locali
	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report	1	Incontro produttori DES presentazione pubblica x
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)	X	
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web	20	5
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc, circa)	10	5

	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto		
	n. comunicati stampa o altro	10	
7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		1 produttori locali 2 RSA contattate 2 case di cura private
	n. produttori censiti (per i quali si è sviluppata scheda promozionale personalizzata)		30
	n. tavoli territoriali attivati		4 incontri con produttori locali per presentare avanzamenti in tema di studio marchi di qualità
	n. risorse umane dedicate		1
	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		1
	Tipologia attività realizzata		Presenza di funzionario Mipaf a Convegno "Marchi di Qualità" svoltosi a Salò
	n. tavoli territoriali attivati		1 presso Comunità Montana Alto Garda Bresciano
	Educazione Alimentare		
	n. laboratori realizzati		0
	n. scuole coinvolte		0
	n. educatori esterni coinvolti		1 (invitato operatore che organizza servizio pasti bio per scuola)
	Materiale prodotto		0
	altro		0
	n. tavoli territoriali attivati		0
	Capitolato d'appalto		
	n. documenti analizzati		Capitolato d'appalto ASL MN
	n. proposte avanzate		1
	n. tavoli territoriali avviati		1
	altro		Attivazione dialogo per incontro domanda e offerta di prodotti

Comunicazione e Animazione locale		
n. iniziative di promozione dei produttori		3
n. attività di comunicazione		11
n. attività specifiche a livello locale		La principale parte del lavoro è consistita nel mantenere i contatti con i produttori lungo l'intero periodo del progetto coinvolgendoli anche su altri fronti dell'attività operata dal GAL per ricostruire la memoria istituzionale andata nel frattempo perduta a causa dello avvicendamento di personale
altro		

Progetto Pilota DES MISURA 421 PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERREGIONALE
GAL Garda Valsabbia

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Garda-Valsabbia

Terre e sapori d'Alto Garda aps

L'Associazione di Promozione Sociale Terre Et Sapori d'Alto Garda si è costituita il 29 marzo 2012, su iniziativa di un gruppo di coltivatori per passione, amanti del paesaggio, della cultura e delle tradizioni dell'Alto Garda, definito come il territorio sul quale si estende il Parco Alto Garda Bresciano.

Scopo dell'associazione è il recupero e lo sviluppo del tessuto agricolo, ambientale, paesaggistico e produttivo dell'Alto Garda, inteso come risorsa irrinunciabile per il sistema locale e quale patrimonio della società. Per raggiungere tale obiettivo l'associazione intende incentivare le colture locali tradizionali, riattivando le potenzialità agricole Alto Gardesane, che rappresentano un'importante risorsa sul piano economico, storico e turistico.

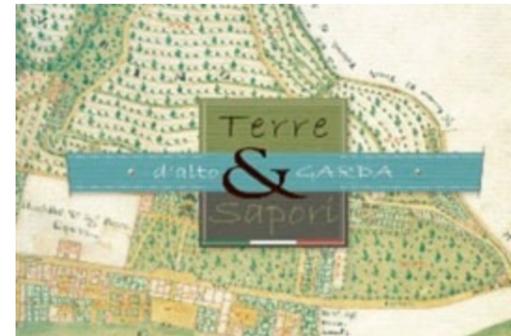
Il progetto dell'Associazione nasce per preservare e sviluppare il paesaggio agrario alto gardesano e la piccola produzione agroalimentare artigianale di qualità che ne deriva; per impedire che continue trasformazioni cancellino definitivamente lo straordinario patrimonio faticosamente costruito dai nostri antenati e per salvare le nostre produzioni tipiche: agrumi, olive e olio, alloro, capperi, castagne, viti e vini e il pesce del Garda.

Vision

Le Associazioni di Promozione Sociale sono delle associazioni in cui un gruppo di cittadini si associa con la volontà di perseguire, tramite un'attività sociale, un fine comune di natura non lucrativa, in grado di contribuire alla crescita morale, sociale o culturale della società.

L'aps Terre e Sapori d'Alto Garda concentra i propri sforzi sulla riscoperta delle produzioni "minori" offerte dal territorio, caratterizzate da qualità elevata e scarsa produzione / commercializzazione quali sono ad esempio i capperi, le olive, i derivati del lampone e dell'alloro.

La riattivazione di circuiti di produzione e commercializzazione di prodotti "dimenticati" assume una valenza strategica in vista della promozione del territorio nel suo complesso: da un lato consente infatti la riappropriazione di *saperi pratici tradizionali* diventati marginali o del tutto scomparsi, patrimonio ormai pressoché esclusivo di persone anziane; dall'altro facilita l'attivazione di un circuito di *micro economia sostenibile*, attivabile su piccola scala, cui chiunque può contribuire offrendo anche solo le piccole eccedenze di cui dispone a partire dal proprio orto.





La scelta di occuparsi di una pluralità di produzioni "minori", oltre a rendere l'aps particolarmente sensibile al tema della tradizione e delle tecniche e cultivar locali, offre alcuni vantaggi che risultano particolarmente coerenti alle tematiche oggetto del progetto DES: Distretto di economia Solidale.

Innanzitutto l'organizzazione sotto forma di aps consente a *Terre Et Saponi d'Alto Garda* di caratterizzarsi in termini di Solidarietà e Socialità. Si è cercato in tal modo di evitare di essere percepiti dagli imprenditori agricoli già attivi sul mercato come soggetto economico in competizione per l'acquisizione di quote di mercato.

Questa percezione è stata inoltre rafforzata dalla scelta di concentrare le energie su un paniere di prodotti non commercializzati quali capperi, olive e derivati di lampone, caratterizzati per altro da costi di raccolta e trasformazione abbastanza elevati sebbene anche l'olio sia stato oggetto di recupero. La rivitalizzazione di nicchie di mercato pressoché scomparse ha imposto l'esigenza di assumere fin da subito un *approccio integralmente di filiera*, dovendosi porre il problema di portare in autonomia il prodotto "dalla pianta alla vetrina".

Terre Et Saponi d'Alto Garda intende infatti porsi rispetto al contesto nel quale opera come catalizzatore del valore culturale ed economico della qualità agricola quale momento strategico nella valorizzazione e tutela del contesto ambientale e paesaggistico dell'Alto Garda Bresciano anziché come competitor degli imprenditori agricoli già impegnati.

Laddove l'attività agricola è patrimonio quasi esclusivo di persone in età avanzata, che spesso praticano agricoltura su base hobbistica, può accadere che non vi siano le risorse economiche o culturali per rendere il tema della *qualità strumento di promozione* dei prodotti offerti da un territorio.

Veicolare efficacemente sul piano sociale (e quindi commerciale) il tema della qualità dei frutti della terra significa riuscire ad andare oltre una generica connotazione del concetto per il quale qualità è sinonimo di produzione diretta da parte dell'agricoltore.

Nell'intento di *Terre Et Saponi d'Alto Garda* il valore aggiunto del termine qualità consiste dunque nel legare in maniera univoca la "bontà" del prodotto alla "bontà" del territorio entro il quale il prodotto matura, per il tramite della "bontà" delle scelte colturali realizzate dall'agricoltore.

Tale prospettiva di sviluppo si fonda sulla constatazione che la domanda di prodotti alimentari di qualità è in forte crescita ed il territorio dell'Alto Garda non è ancora riuscito ad esprimere a livello complessivo una scelta di indirizzo chiara in tal senso, nonostante le opportunità connesse all'elevata presenza di turisti nel corso dell'anno, spesso in cerca di una relazione con il territorio che li ospita che vada oltre la mera presenza per qualche giornata.

La sfida culturale ed economica posta dunque da *Terre Et Saponi d'Alto Garda* al proprio territorio consiste nel provare a dimostrare che vi è lo spazio commerciale per puntare sulla qualità dei prodotti in maniera decisa, non avendo timore nel sostenere i maggiori costi legati ad una visione della qualità fondata su pratiche che hanno per scopo esplicito quello della valorizzazione del territorio quali ad esempio l'agricoltura biologica.

Terre Et Saponi d'Alto Garda mira insomma ad essere concorrenziale senza essere com-

petitiva: concorrenziale perché scommette sulla riuscita dell'investimento in qualità; non competitiva perché si propone di reinvestire i guadagni sul territorio per rafforzare quella che è la propria attività a sostegno della qualità del territorio dato che la commercializzazione dei prodotti è "solo" lo strumento attraverso il quale promuovere il territorio attivando una collaborativa società locale.

Attività

Raccolta, conferimento e trasformazione di prodotti tipici

Il primo obiettivo che *Terre Et Saponi* ha voluto raggiungere è stata la creazione del *laboratorio di trasformazione* dei prodotti, presso il quale i soci possono conferire le proprie eccellenze ed i propri prodotti e dove questi possono essere trasformati.

La messa a norma del centro di conferimento è stata una prima prova pratica dell'ampia condivisione del progetto da parte della comunità locale: gli artigiani incaricati di eseguire le opere hanno praticato sconti elevati o addirittura hanno eseguito gli interventi a prezzo di costo dei materiali mentre alcuni professionisti si sono associati ed hanno prestato gratuitamente la propria opera di assistenza in fase di redazione di progetto.

Nel corso dell'estate 2012 sono stati realizzati lavori di adeguamento igienico-sanitario dei locali individuati nel comune di Gargnano (via Ponte 56) e il 1° settembre 2012 sono stati inaugurati con la presentazione del primo prodotto dell'Associazione: i capperi d'Alto Garda sotto sale.



I Capperi e il Condimento ai Lamponi realizzato dall'Associazione Terre Et Saponi aps

Il centro di conferimento, che funge anche da "vetrina" dell'Associazione



Le prime produzioni sulle quali *Terre Et Sapori* ha basato il proprio interesse sono state i capperi (boccioli e frutti), invasati sotto sale, ed olive dalle quali si sono ricavati due oli extravergini di oliva monocoltivar di Gargnà e Casaliva ed un olio extravergine di oliva multicultivar.

I prodotti, capperi in particolare, incarnano quell'anticipo di Mediterraneo che da sempre il Garda ha prefigurato per chi vi giungeva da nord e sono quindi per certi versi un prodotto bandiera di quella che è la prospettiva con la quale *Terre Et Sapori* guarda alla relazione fra prodotti e territorio.

Ma l'intento di *Terre Et Sapori d'Alto Garda* è quello di realizzare nel corso della stagione varie campagne di conferimento di prodotti, così da prefigurare una reale possibilità di integrazione reddituale in una pluralità di periodi dell'anno per i soci. Allo scopo di agevolare ulteriormente il conferimento, soprattutto da parte di soci o simpatizzanti anziani spesso proprietari di grandi uliveti abbandonati, è stata inoltre prevista la possibilità di conferire prodotti direttamente in pianta la cui raccolta viene poi fatta da volontari dell'Associazione.

L'elenco dei prodotti per i quali provare a "reinventare" un mercato danno idea della

complessità territoriale cui l'associazione guarda: agrumi (con particolare attenzione alle cultivar endemiche quali la varietà di limone madernina ed il cedro di Salò), capperi ed olive, trasformate o meno, bacche di alloro per la produzione del tradizionale e celebre olio balsamico medicinale, castagne, uva, tartufi, erbe officinali ed aromatiche, granoturco, pesce del Garda, latte e derivati, carne da allevamenti tradizionali biologici, salumi tradizionali, miele.

Perché il meccanismo risulti efficace e sia in grado di innescare una dinamica di diffusione incrementale è necessario che i proprietari di un appezzamento agricolo o di un giardino che dispongano di alberi d'ulivo, piante d'agrumi, cespugli di lauro o di capperi, castagni, decidano di conferire all'Associazione, in qualità di soci, la gestione del loro fondo. L'associazione si impegnerà a rendere il fondo produttivo, secondo le tecniche di coltivazione tradizionali e a trasformare/commercializzare i prodotti ricavati. Sono ad oggi in corso trattative fra l'associazione ed un proprietario di un uliveto semi abbandonato di dieci ettari che parrebbe intenzionato ad affidare all'associazione il terreno per renderlo di nuovo produttivo. Ma altrettanto importanti soprattutto nella fase iniziale sono i coltivatori diretti, gli imprenditori agricoli, gli hobby farmers che conferiscono i prodotti – coltivati seguendo dei criteri di qualità preventivamente stabiliti dall'Associazione sono una categoria imprescindibile per promuovere i prodotti del territorio.

Il provento delle vendite dei prodotti conferiti serve per raggiungere i fini istituzionali del sodalizio che possono essere riassunti in tre attività: *didattica e divulgazione* dei risultati raggiunti da *Terre Et Sapori aps* quale premessa alla fattiva *salvaguardia e valorizzazione* del contesto ambientale.

Didattica e divulgazione: l'aps intende promuovere e favorire progetti didattici, coinvolgendo le persone locali esperte delle tecniche agricole tipiche dell'Alto Garda, oltre ad esperti attivi nel settore eno-gastronomico, nella storia del paesaggio agrario locale e nel turismo culturale, affinché possano offrire momenti formativi alla cittadinanza, agli ospiti ed ai turisti contribuendo a tramandare saperi i pratici tradizionali legati all'agricoltura ed alla gestione del paesaggio.

Il primo esempio di tale attività si è avuto l'8 dicembre 2012 quando l'Associazione ha presentato il proprio olio di oliva extravergine alla presenza di un tecnico dell'Associazione Interprovinciale dei produttori olivicoli Lombardi (AIPOL), il locale rappresentante della condotta di Slow Food Garda ed un rappresentante del Consiglio Regionale di Slow Food, nonché un docente universitario dell'Università Bicocca che ha tenuto una relazione sull'importanza delle denominazioni comunali nella promozione dei prodotti del territorio.

Al termine degli interventi l'associazione ha promosso una *degustazione di oli extravergini* guidata da un assaggiatore capo panel internazionale grazie alla quale è stato possibile anche per i non addetti ai lavori apprezzare e comprendere la varietà dei sapori e dei gusti che l'olio può regalare.

L'entusiasmo suscitato dalla buona riuscita dell'iniziativa ha spinto i volontari dell'associazione ad intraprendere un percorso di ricerca delle buone pratiche nella promozione del territorio e si è quindi deciso di porre le premesse per una sorta di gemellaggio informale con il paese di Cannero (Verbanò Cusio - Ossola) in occasione della manifestazione "Gli agrumi di Cannero Riviera".

Visto il successo della prima degustazione il 30 marzo, durante il periodo pasquale che segna l'inizio della stagione turistica per il Garda, l'Associazione ha organizzato una degustazione lunga tutta una giornata per far conoscere a turisti e passanti i propri prodotti, al termine della quale si è tenuta una *degustazione guidata di oli extravergini*.

Nel mese di Aprile 2013 l'Associazione ha promosso poi un *corso di formazione sull'olivicoltura* della durata di tre giornate (2/4/6 Aprile), nel corso del quale si è tenuta una introduzione teorica ed una prova pratica di gestione dell'uliveto cui hanno preso parte dodici soci.

Il 26 aprile si è poi tenuto presso un albergo una *degustazione dedicata a giornalisti e bloggers* del settore enogastronomico per far loro scoprire il territorio dell'Alto Garda ed i suoi prodotti.

Terre e Sapori ha poi preso parte ad una serie di fiere e manifestazioni locali (Prim'olio a Manerba del Garda, Profumi e Sapori di Primavera in Valvestino, Franciacorta in Fiore a Cazzago San Martino, Cancelli Aperti a Gargnano).

Tutta questa attività di promozione del territorio ha fatto sì che l'Associazione diventasse un'interfaccia primaria per quanti sono alla ricerca di spunti per conoscere il territorio dell'Alto Garda in una chiave di qualità (si veda ad esempio l'articolo apparso sul Corriere della Sera / Brescia il 29 marzo 2013 o la trasmissione Vie Verdi andata in onda il 9 giugno).

Elementi di Criticità

I Vincoli Commerciali ad un'azione sociale innovativa

Il positivo percorso intrapreso dall'Associazione Terre Et Sapori d'Alto Garda è stato seriamente messo in discussione da quanto avvenuto nella primavera 2013.

In data 3 aprile, dopo aver ricevuto dal Consorzio Garda DOP una diffida a modificare la ragione sociale dell'associazione il riferimento al nome "Garda", l'Aps inoltrava al Ministero per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali - Dipartimento dell'ispettorato centrale della tutela della qualità e repressioni frodi dei prodotti agroalimentari - Ufficio di Milano un quesito in merito alla liceità della presenza della denominazione "Garda" nel marchio "Terre Et Sapori d'Alto Garda", coincidente tra l'altro con la ragione sociale e quindi apposto sulle etichette dei prodotti confezionati dall'Associazione.

Il Ministero in data 7 maggio inviava due ispettori ai quali il Presidente dell'Associazione reiterava richiesta di poter avere un chiarimento in merito alla liceità della ragione sociale "Terre e Sapori d'Alto Garda" dichiarandosi disponibile a modificare eventualmente la denominazione in "Terre Et Sapori d'A.G." qualora tale denominazione fosse stata considerata lecita.

In data 22 luglio veniva elevata a danno dell'associazione una sanzione di 26.000,00 Euro (ridotti ad 8.666,67 Euro in caso di pagamento entro sessanta giorni) poiché la "dicitura Terre Et Sapori d'Alto Garda" "induce in errore il consumatore sulla vera origine del prodotto".

Senza entrare nel merito della legittimità giuridico-amministrativa della sanzione, si rileva come la normativa, nata per qualificare e tutelare il valore aggiunto della territorialità rischia invece di inibire la nascita di canali di riattivazione e promozione territoriale alternativi a quelli a vocazione prettamente commerciale.

L'impossibilità ad esempio di utilizzare toponimi locali di uso comune per caratterizzare i prodotti del territorio qualora registrati, rappresenta un vincolo notevole alla sperimentazione di pratiche sociali innovative che hanno per scopo quello di valorizzare la località e la tipicità dei prodotti agroalimentari.

La tutela del nome deve infatti accompagnarsi alla tutela dell'identità della cosa che viene nominata: il rischio è altrimenti quello di rendere il nome un suono vuoto, che invece di risuonare alto e netto ad evocare uno specifico valore aggiunto territoriale si confonde col "rumore di fondo" che oggi costituisce la parte maggioritaria del profluvio di suoni sconnessi ai quali siamo sottoposti.

Se l'irrogazione di una sanzione ad un'associazione nata su base privatistica quale Terre Et Sapori d'Alto Garda potrebbe anche considerarsi un mero incidente di percorso, il fatto che per la stessa ragione sia stata sanzionata nel 2012 la Cooperativa della Latteria Tur-naria, storica cooperativa di Tignale impegnata a recuperare uliveti abbandonati per aver esposto sui propri prodotti il "Marchio di Qualità - Parco Alto Garda Bresciano", rende il tema della compatibilità tra Marchi di Qualità e le denominazioni una priorità. ●

SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
1

Nome dell'aps: Terre Et Sapori d'Alto Garda

Contatti telefonici: Alfredo 348 2822998 - Fulvia 347 8276535 - Andrea 348 2403379

Indirizzo: Via Ponte 56, Località Villa di Gargnano, 25084 Gargnano (Bs)

E-mail: info@terresapori.it

Indirizzo web: www.terresapori.it

Numero Soci Fondatori: 16

Numero Soci che conferiscono prodotti: 30

Numero Soci complessivo: 105

Principali attività realizzate:

- ritiro di prodotti e loro trasformazione;
- conferimento prodotti (anche in conto vendita) a commercianti;
- formazione su coltivazioni locali (corso olivicoltura) per popolazione locale;
- partecipazione a manifestazioni (locali e non) per promozione dei prodotti del territorio;
- degustazioni accompagnate da soci specialisti per locali e turisti;
- degustazioni accompagnate, dedicate a giornalisti italiani e stranieri, tedeschi in primis, che si occupano di gastronomia.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto:

- Apertura di un centro di trasformazione dei prodotti;
- Riattivazione di mercato per piccoli prodotti;
- Formazione di cittadini e produttori alla qualità.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite:

Limiti legati alla normativa sui Marchi.

Piccole realtà che fondano la loro esistenza sull'estrema qualità dei prodotti offerti sono impossibilitate a qualificare la loro offerta in termini territoriali.

La parola "Garda" (e tutti i termini geografici in grado di ricondurre i prodotti all'areale gardesano) non è utilizzabile per indicare certi tipi di prodotti (tipo olio) se già registrata.

È così successo che l'apposizione del nome dell'aps (Terre Et Sapori d'AltoGarda) sulla confezione dell'olio prodotto abbia comportato l'emissione di una sanzione di 26000 Euro a danno dell'aps (procedimento ancora in corso).



Il corso di gestione dell'uliveto - gestione in campo



La degustazione organizzata per Bloggers e giornalisti stranieri

Focus sul territorio GAL Garda Valsabbia

Il Gal Garda Valsabbia comprende realtà territoriali estremamente eterogenee e presenta caratteristiche produttive per alcuni aspetti simili a quelle del vicino Gal Golem. Anche in questo caso, la struttura del sistema agroalimentare locale, costituito da circa 7.000 ettari di SAU e poco più di mille aziende agricole, appare particolarmente articolata e condizionata dall'elevata variabilità orografica delle singole aree. Per quanto riguarda le colture vegetali, spicca l'olivicoltura che rappresenta una delle eccellenze produttive locali. Tra le altre colture, si segnalano i cereali, la vite, la frutticoltura ed un numero ridotto di imprese con superfici investite ad ortaggi. Per quanto riguarda la zootecnia, il 60% è rappresentato dall'avicoltura, poco più del 30% dall'allevamento bovino e il restante dieci per cento è ripartito tra suini, equini, caprini e ovini.

Per quanto riguarda l'indagine diretta si rileva una bassa disponibilità a partecipare alla fase di rilevazione delle informazioni aziendali attraverso la compilazione del questionario. Sono solo 10 le imprese che si sono rese disponibili, di queste, sei risultano interessate alla possibile successiva collaborazione al progetto di sviluppo di nuove filiere corte locali. Le aziende mostrano una elevata dinamicità e propensione all'innovazione. L'età media dei conduttori è inferiore ai 50 anni e il livello di istruzione è medio, pari ad un diploma di scuola media inferiore. Si segnala una buona partecipazione femminile sia per quanto riguarda la direzione aziendale sia per gli altri impieghi all'interno dell'azienda. Per quanto riguarda l'innovazione, si segnala la presenza di numerosi interventi innovativi effettuati negli ultimi cinque anni dalla quasi totalità del campione di imprese analizzato. Anche l'interesse e la disponibilità a collaborare ad iniziative nell'ambito del progetto DES Lombardia appare buona (6 imprese su 10).

I prodotti potenzialmente disponibili per sostenere nuove filiere corte locali risultano pochi sia in termini di varietà sia in quantità (**Fig. 1**).

Tra i prodotti di origine vegetale vi è disponibilità di olio, frutta e marmellate; mentre, per quanto riguarda quelli di origine animale, troviamo formaggi di capra, carne bovina e i prodotti apiari.

Per quanto riguarda l'analisi delle potenziali forme di domanda aggregata, la ristorazione collettiva risulta particolarmente interessante. Sono 117 le strutture presenti sul territorio per un totale superiore al milione e mezzo di pasti annui erogati (**Tab. 1** e **Tab. 2**). Particolarmente numerose le mense scolastiche (90) che, tuttavia, risultano di piccole dimensioni (in media, circa 30 pasti giornalieri per struttura). Le 24 strutture di ristorazione presenti nelle RSA e quelle relative ai 3 ospedali hanno una dimensione maggiore e veicolano mediamente circa 40.000 pasti all'anno. Se da un punto di vista della domanda organizzata la ristorazione collettiva appare un'opzio-

Fig. 1 - I prodotti del territorio per il progetto DES Lombardia
Fonte: elaborazione DEMM su dati indagine



ne particolarmente interessante, dal punto di vista dell'offerta l'analisi condotta sembra evidenziare l'impossibilità di percorrere tale strada data la scarsa disponibilità di prodotti.

L'analisi SWOT (**Tab. 3**) mette in luce alcuni punti di forza che fanno riferimento a: elevato attenzione all'innovazione delle imprese che hanno partecipato all'indagine, presenza di produzioni particolarmente affermate come ad esempio l'olivicoltura, una domanda aggregata, rappresentata dalla ristorazione collettiva, di buone dimensioni e particolarmente strutturata sul territorio. Tra i punti di debolezza si segnala, invece, la difficoltà nel coinvolgere le imprese in progetti di cooperazione, la scarsa disponibilità di prodotti da destinare allo sviluppo di nuove filiere corte locali. Le principali opportunità osservate riguardano il territorio ed, in particolare, la presenza del lago di Garda che rappresenta un'importante richiamo turistico sia

a livello nazionale sia a quello internazionale, con la presenza di strutture ricettive particolarmente rinomate e attente alla promozione complessiva del territorio. Tali azioni non possono non considerare anche i prodotti agroalimentari locali, che diventano così valido elemento di promozione in un ottica di marketing territoriale. Possibili minacce da evitare riguardano una eccessiva proliferazione e sovrapposizione di progetti e iniziative a sostegno dell'agricoltura locale. A tal riguarda, si sottolinea la necessità di un maggior coordinamento che potrebbe trovare una possibile soluzione proprio nella figura del Gal, soggetto che tra le principali caratteristiche ha quella di essere mediatore di interessi territoriali provenienti dai diversi stakeholders presenti sul territorio. ●

Tab. 1 - Il Territorio
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

GAL GARDA VALSABBIA	
N° Comuni	28
Popolazione residente (Istat, 2010)	90.700
Superficie Km ²	832
N° Strutture ristorazione collettiva	117

Tab. 2 - La ristorazione collettiva
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

	N° STRUTTURE	N° PASTI
Scuole	90	566.507
Ospedali	3	131.406
Residenze sociali per anziani	24	949.920
Totale	117	1.647.832

Tab. 3 - Elementi strategici per lo sviluppo di una filiera corta locale

Punti di Forza		Punti di Debolezza	
+	Innovazione imprese agricole	-	Pochi prodotti disponibili e stagionalità
+	Presenza di eccellenze agroalimentari	-	Difficoltà a coinvolgere le imprese in progetti di cooperazione
Opportunità		Minacce	
+	Territorio ad elevato interesse turistico	-	Eccessivo numero di progetti presenti sul territorio
+	Presenza di strutture ricettive attente ai temi del marketing territoriale		

GAL Gölem Sebino Valtrompia



Territorio | Provincia di Brescia, Comunità Montana Valle Trompia e Comunità Montana Sebino Bresciano
Sede | Via Roma, 41 | 25057 Sale Marasino (Bs)
Tel. | 030 6391464 | **fax** 030 6391462
Sito web | www.galgolem.org
E-mail | marco.pennacchio@galgolem.org - rosaria.paterlini@galgolem.org
Direttore | Laura Boldi
Collaboratore di progetto | Marco Pennacchio

Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	10	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Referente di progetto per il GAL Golem	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013		
	n. incarichi esterni assegnati	1	
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. schede rilevate	15	
	n. contatti aziende (circa)	50	
	altro	/	
3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. incarichi esterni assegnati	1	
	Tipologia attività svolta	Coadiuvazione del coordinamento, partecipazione	
	altro		



4	Partecipazione attiva al mercato "Prodotti Locali per un consumo consapevole" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	1	
	n. incarichi esterni assegnati	1	
	n. produttori coinvolti	5	
	Altro (materiale prodotto, ecc)	Solo quello comune	
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 Modulo monitoraggio; 1 Buona prassi
	n. attività pilota realizzate	1	
	n. buone prassi	1	
	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report	13 (2 moduli da 6 incontri) + convegno territoriale	
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)	X	
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web		1
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc., circa)		100
	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto		3
	n. comunicati stampa o altro		2
7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		2
	n. produttori censiti (per i quali si è sviluppata scheda promozionale personalizzata)		15
	n. tavoli territoriali attivati		1
	n. risorse umane dedicate		1

	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		/
	Tipologia attività realizzata		/
	n. tavoli territoriali attivati		/
	Educazione Alimentare		
	n. laboratori realizzati		12
	n. scuole coinvolte		Tutti gli istituti comprensivi del territorio
	n. educatori esterni coinvolti		7
	Materiale prodotto		Materiale per corsi
	altro		Materiale divulgativo
	n. tavoli territoriali attivati		2
	Capitolato d'appalto		
	n. documenti analizzati		/
	n. proposte avanzate		/
	n. tavoli territoriali avviati		/
	altro		/
	Comunicazione e Animazione locale		
	n. iniziative di promozione dei produttori		2
	n. attività di comunicazione		5
	n. attività specifiche a livello locale		2
	altro		

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Gölem Sebino Valtrompia Percorso di educazione alimentare



Vision

Il percorso di educazione alimentare si è svolto attraverso 5 incontri (circa 65 partecipanti ogni incontro) all'interno dei quali, con docenze di Chef riconosciuti, dietista ed esperti degli alimenti descritti, si sono trasferite nozioni e buone pratiche necessarie alla valorizzazione dei prodotti territoriali, caratterizzati da un altissimo valore culturale e storico. Olio Extravergine d'Oliva DOP "Laghi Lombardi", Nostrano Valtrompia DOP, Formaggio Silter (in via di riconoscimento DOP), Sardina del Lago d'Iseo (presidio Slow food), Cucina del lago e Cucina di montagna.

Le co-docenze hanno permesso di comprendere i diversi aspetti che compongono un prodotto, in quanto non sono più scindibili in un'ottica di consumo consapevole. Le origini e gli sviluppi delle produzioni, le migliori tecniche di cucina necessarie per il miglior risultato possibile (e spesso necessarie anche solo per non rovinare il prodotto), il ruolo dell'alimento nella dieta, hanno permesso di far comprendere la complessità che le diverse produzioni agro-alimentari portano con sé.

Il loro mancato utilizzo (o errato utilizzo), passa sempre attraverso la mancanza di conoscenza di ciò che la produzione agroalimentare locale rappresenta, sia in termini di mera filiera produttiva sia in termini di valore storico e di rappresentanza delle capacità intrinseche e delle tradizioni.

Visto l'alto grado di valore dei prodotti, durante la definizione di questa buona prassi si è preferito ampliare il ventaglio del target anche ai privati e non solo ad operatori delle mense ed insegnanti, convinti che la richiesta aggregata non possa totalmente essere lo sbocco naturale di queste filiere ma che sia necessario educare tutti al loro utilizzo virtuoso, nel rispetto delle alte potenzialità nutrizionali ed organolettiche che un consumo "non educato" potrebbe rovinare.

La prima medicina che possiamo utilizzare per il nostro benessere è l'alimento. La risposta è stata estremamente positiva.



Quale Buona pratica è emersa o sono emerse

La propensione ad un utilizzo e consumo "attivo", basato sulla conoscenza. Il confronto tra i prodotti. Capire cosa si cela dietro una presunta convenienza economica e verificarne l'effettiva congruità con ciò che si desidera degustare. L'abbandono dell'ignoranza alimentare causata da abitudini miopi e/o "comode".

Attività

5 incontri pomeridiani in cui uno Chef, una Dietista ed un esperto dell'alimento hanno trasmesso la necessità di un consumo consapevole per un miglior approccio all'alimentazione e ai tesori agroalimentari del territorio.



Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

I partecipanti hanno già chiesto approfondimenti e contatti con i produttori in modo da accrescere la capacità di scelta ragionata.

Il progetto, che ha avuto esiti estremamente soddisfacenti, può essere riproposto sia nel territorio GAL sia al di fuori.

Sarebbe interessante approfondire questo approccio anche con consumatori stranieri all'estero, educando al valore delle produzioni italiane e insegnando a capire il vero prodotto made in Italy, il suo valore e a riconoscerne le imitazioni.

Elementi di Criticità

Le nostre sono produzioni che non possono rispondere a richieste fondate sui grandi numeri e anche per questo non sussistono le possibilità strutturali delle filiere produttive per ampie attività di informazione. ●

SOMMARIO BUONE PRASSI

Nome dell'Attività: Educazione Alimentare

Partner coinvolti: Produttori, Chef, Esperti, Dietista, Consumatori

Contatti: GAL Golem

Indirizzo: Via Roma, 41 | Sale Marasino (Bs)

E-mail: marco.pennacchiontelligenza.it

Indirizzo web: www.galgolem.org - www.deslombardia.it

Numero incontri realizzati: 5

Principali attività realizzate: incontri informativi, presentazione prodotto, elaborazione prodotto, cucina.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: accresciuta conoscenza dei vari prodotti, trasferimento della buona pratica inerente un consumo intelligente e informato.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite: necessità di sostegno ai produttori in questo ambito.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: riproposizione, implementazione e trasferimento delle attività anche all'estero.

SCHEDA
1

Focus sul territorio GAL Gölem Sebino Valtrompia

La realtà del Gal Golem, insieme a quella del Gal Valtellina, appare fortemente condizionata dalle caratteristiche del territorio; entrambi i Gal, infatti, si sviluppano in aree quasi interamente montane. Questa caratteristica influenza sia l'offerta sia la domanda di prodotti agroalimentari locali. Lo studio del sistema agricolo locale testimonia la complessità del territorio oggetto d'indagine e mette in evidenza una struttura particolarmente articolata. Dall'analisi dei dati del VI Censimento generale dell'agricoltura, emerge infatti un'utilizzazione dei terreni particolarmente diversificata da parte delle 979 imprese che gestiscono i circa 6.400 ettari di SAU dell'area. Tra le diverse colture che caratterizzano l'area si segnala la vite, che interessa circa il 40% della SAU seguita dall'orticoltura e dall'olivicoltura e da altri fruttiferi. Situazione relativamente più omogenea riguarda la zootecnia. In questo caso, oltre il 70% di essa è rappresentata dall'allevamento bovino. Tra gli altri allevamenti si segnalano quello avicolo e quello equino. Minima la presenza di altre tipologie di allevamento.

L'indagine diretta condotta sul territorio, da un lato, ha sottolineato una elevata difficoltà delle imprese nei confronti della ricerca, dall'altro, ha evidenziato una buona apertura all'innovazione da parte delle aziende disponibili a rispondere al questionario. Le difficoltà incontrate nell'instaurare un dialogo con le imprese sono da ricondurre soprattutto alla difficoltà di comunicazione da parte di realtà di dimensione ridotta e spesso eccessivamente isolata dal contesto territoriale di riferimento. Delle 15 realtà studiate, 13 hanno promosso interventi innovativi negli ultimi 5 anni e 11 hanno dichiarato di essere interessate allo sviluppo di eventuali progetti a sostegno di nuove forme di filiera corta locale. Tra le caratteristiche più significative riguardanti le persone occupate nelle aziende è da sottolineare un'età media dei conduttori decisamente bassa (44 anni), la forte presenza femminile (5 conduttori su 15 sono donne) e l'elevato tasso di istruzione.

Per quanto riguarda i prodotti potenzialmente disponibili per il progetto DES Lombardia (Fig. 1), si segnala una buona varietà caratterizzata, tuttavia, da quantitativi decisamente contenuti e in larga parte legati alla stagionalità di alcune produzioni. Tra i prodotti di origine vegetale, troviamo la frutta, l'olio e una buona disponibilità di marmellate e succhi. Per quanto riguarda i prodotti di origine animale, i quantitativi disponibili appaiono decisamente superiori soprattutto per quanto riguarda i prodotti lattiero-caseari con circa 85.000 litri di latte all'anno e oltre 24.000 kilogrammi annui di formaggi e derivati. Questa ampia disponibilità è da mettere in relazione alla presenza di una società cooperativa. Disponibilità, inoltre, di carni bovine, suine e ovine oltre che dei prodotti dell'apicoltura.

Per quanto riguarda le possibili forme di domanda aggregata locale, l'indagine ha

Fig. 1 - I prodotti del territorio per il progetto DES Lombardia
Fonte: elaborazione DEMM su dati indagine



Tab. 1 - Il Territorio
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

GAL GÖLEM	
N° Comuni	27
Popolazione residente (Istat, 2010)	150.650
Superficie Km ²	558
N° Strutture ristorazione collettiva	131

Tab. 2 - La ristorazione collettiva
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

	N° STRUTTURE	N° PASTI
Scuole	95	1.116.482
Ospedali	2	323.051
Residenze sociali per anziani	34	1.003.210
Totale	131	2.442.743

dapprima considerato la presenza di strutture di ristorazione collettiva presenti sul territorio (Tab. 1 e Tab. 2).

Nei 27 comuni del Gal sono presenti ben 131 strutture di ristorazione collettiva per un totale di poco inferiore ai due milioni e mezzo di pasti erogati all'anno.

Tuttavia, le esigenze di tali strutture per quanto riguarda l'approvvigionamento delle materie prime non sembra facilmente orientabile verso un'offerta locale che appare eccessivamente frammentata.

Ulteriore elemento di criticità appare il prezzo dei prodotti locali. La produzione risente, infatti, dei maggiori costi legati ai problemi tecnico-produttivi tipici delle aree marginali che determina la necessità di posizionare i prodotti su un livello di prezzi elevato.

Dall'analisi SWOT condotta sul territorio emergono importanti considerazioni di carattere strategico (Tab. 3). In primo luogo, tra i punti di forza relativi allo sviluppo di una nuova filiera corta locale si segnala la buona diversificazione di prodotti potenzialmente disponibili per lo sviluppo di progetti locali oltre che, come precedentemente sottolineato, la dinamicità e propensione all'innovazione delle imprese che hanno partecipato all'indagine diretta. In particolare, l'interesse ai temi della filiera corta locale risulta particolarmente elevato proprio tra gli imprenditori ed imprenditrici più giovani e con un livello di istruzione medio-alto. Ulteriore elemento positivo è rappresentato dalla presenza di una struttura cooperativa lattiero-casearia impe-

Tab. 3 - Elementi strategici per lo sviluppo di una filiera corta locale

Punti di Forza		Punti di Debolezza	
+	Dinamicità delle aziende agricole oggetto di studio	-	Difficoltà di comunicazione con imprese agricole
+	Presenza di cooperative già impegnate nella valorizzazione dei prodotti locali	-	Difficoltà nel raggiungere e motivare i diversi stakeholders
+	Buona diversificazione dei prodotti	-	Produzioni agricole: costi elevati
Opportunità		Minacce	
+	Vicinanza con importanti aree turistiche e produttive	-	Elevata stagionalità flussi turistici
+	Possibili sinergie con realtà territoriali limitrofe	-	Presenza di aree con caratteristiche simili

gnata nella valorizzazione dei prodotti del territorio e disponibile ad eventuali nuove esperienze di sostegno all'economia locale. I punti di debolezza riscontrati sono, in primo luogo, la difficoltà di comunicazione con le imprese agricole del territorio che risultano poco propense a sviluppare nuove forme di mercato e, più in generale, ad attività di cooperazione con altri attori locali. Più in generale, la difficoltà maggiore appare proprio quella di raggiungere e coinvolgere i diversi stakeholders locali poco propensi allo sviluppo di attività comuni. Per quanto riguarda i prodotti veicolabili attraverso filiera corta locale, gli elevati costi di produzione impongono strategie di prezzo difficilmente compatibili con quelle della ristorazione collettiva. In questo senso, tra le principali opportunità troviamo la vicinanza con importanti centri produttivi e turistici, risorsa che, se adeguatamente utilizzati, potrebbe rappresentare un valido aiuto alla valorizzazione delle produzioni locali. Inoltre, la presenza di realtà

simili da un punto di vista territoriale - produttivo potrebbe favorire sinergie positive. Tra le principali minacce osservate si segnala la forte stagionalità dei flussi turistici e quindi la necessità di una migliore programmazione e diversificazione dell'offerta turistica, inclusa quella eno-gastronomica. Inoltre, se la presenza di aree limitrofe con caratteristiche simili può favorire lo sviluppo di sinergie positive non è escluso che possa rappresentare, soprattutto se l'offerta territoriale risulta più strutturata ed affermata, un ostacolo in termini di competitività. In conclusione, una strategia di sostegno di una filiera corta locale deve orientarsi verso forme di domanda, da un lato, meno strutturate rispetto a quella della ristorazione collettiva, dall'altro, in grado di riconoscere ed apprezzare le peculiarità dei prodotti agroalimentari superando le problematiche in termini di approvvigionamento (prezzi, quantità e disponibilità durante l'anno). ●





Territorio | Provincia di Pavia, zona sud-occidentale della Lombardia
Sede | Via Cavour, 55 (c/o Palazzo Est Sesia) | 27035 Mede (Pv)
Tel. e fax | 0384 805854
Sito web | www.gal-lomellina.it
E-mail | info@gal-lomellina.it
Direttore | Luca Sormani

Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	13	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Direttore GAL e animatore	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013	Incontri con i responsabili della ricerca e formulazione di ipotesi di lavoro adeguate al territorio. Analisi preliminare del percorso conoscitivo proposto	
	n. incarichi esterni assegnati	-	
	n. incarichi interni assegnati	-	
	n. schede rilevate	-	
	n. contatti aziende (circa)	-	
	altro	Nella prima fase del progetto è stata valutata la domanda di pasti di mense scolastiche e ospedaliere potenzialmente interessabile alla produzione locale, anche attraverso la validazione puntuale delle informazioni fornite dall'Università	



3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	-	
	n. incarichi esterni assegnati	-	
	Tipologia attività svolta	-	
	altro	-	
4	Partecipazione attiva al mercato "Prodotti Locali per un consumo consapevole" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	-	
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. produttori coinvolti	2 adesioni raccolte ma disdettate nei giorni precedenti l'evento	
	Altro (materiale prodotto, ecc)	Promozione per stand, attività di comunicazione: pieghevoli, brochure, adesivi	
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 Modulo monitoraggio; 1 Buona prassi
	n. attività pilota realizzate		Giornata vegetariana Laboratori di educazione alimentare Tavolo di lavoro con gestori mense pubbliche e altri soggetti Capitolato d'appalto ASL MN
	n. buone prassi		TAVOLO DEI PRODUTTORI condivisione delle strategie, individuazione di metodi e strumenti, definizione di sinergie e programmazione concordata degli interventi SCAMBIO DI PRODOTTI E SERVIZI vendita e confezionamento gli uni per gli altri

	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report	7	Mercato dei prodotti Origine Lomellina Sartirana RICE (Vigevano), RisoEtRose (Mede), Festa della Trebbiatura (Olevano), Sagra del salame d'oca (Mortara), Autunno Pavese (Pavia), Sagra della Zucca Bertagnina (Dorno)
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)		X
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web		2
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc, circa)		200 ca.
	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto		
	n. comunicati stampa o altro		10
7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		
	n. produttori censiti (per i quali si è sviluppata scheda promozionale personalizzata)		20
	n. tavoli territoriali attivati		7 riunioni, 1 tavolo
	n. risorse umane dedicate		3
	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		1
	Tipologia attività realizzata		Creazione di un logo ombrello, evento di presentazione, contatti con ristoratori, GAS e responsabili acquisti. Disciplinare d'uso, realizzazione di schede monografiche e pubblicazione
	n. tavoli territoriali attivati		1

Educazione Alimentare		
n. laboratori realizzati		
n. scuole coinvolte		
n. educatori esterni coinvolti		
Materiale prodotto		
altro		
n. tavoli territoriali attivati		
Capitolato d'appalto		
n. documenti analizzati		
n. proposte avanzate		
n. tavoli territoriali avviati		
altro		
Comunicazione e Animazione locale		
n. iniziative di promozione dei produttori		7
n. attività di comunicazione		10
n. attività specifiche a livello locale		Convegno GAS, Mostra mercato
altro		

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Lomellina

Origine Lomellina: buona scoperta

Vision

La sfida alla quale il progetto si proponeva di (iniziare a) rispondere era bidirezionale. **Verso l'esterno.** Si trattava di migliorare la conoscenza dell'alto contenuto di storia e tradizione, ma anche delle notevoli valenze organolettiche e gastronomiche dell'insieme della produzione tipica della Lomellina, favorendo l'incontro con operatori professionali, incrementando le potenzialità di sviluppo commerciale attraverso i canali che meglio potessero valorizzare la struttura della produzione, estremamente frammentata tra diversi soggetti, limitata nelle quantità unitarie e totali, scarsamente riconoscibile e distinguibile da produzioni apparentemente analoghe sul mercato italiano. In tal senso si è collocata la scelta di studiare e adottare un marchio comune per l'insieme dei prodotti lomellini, operazione assolutamente innovativa per il territorio, attivando i primi canali comunicativi e supportando la nascita dei primi contatti commerciali che potessero nel medio periodo costituire il naturale incentivo a salvaguardare le specificità produttive e a proporle in forma aggregata.

Verso l'interno. Si trattava di aiutare agricoltori e trasformatori a prendere coscienza del valore intrinseco delle loro produzioni, di trovare un elemento comune che ne favorisse e potenziasse la comunicazione, di sostenere la dinamica aggregativa faticosamente avviata con l'avvento del GAL, di evidenziare come ciascun prodotto potesse rappresentare un valore aggiunto per tutti gli altri, in un'ottica di comunicazione integrata. Per raggiungere tale obiettivo è stato necessario il coinvolgimento operativo e personale dei singoli produttori, ottenuto mediante l'attivazione di un tavolo comune di programmazione, che si è riunito con regolarità e che ha messo le basi per un incremento dei rapporti interpersonali e la condivisione di progetti e collaborazioni. La maggiore consapevolezza si è tradotta in disponibilità a cooperare per il bene comune e in una maggiore partecipazione all'elaborazione delle strategie.

Rispetto a entrambi gli obiettivi enunciati, la priorità seguita per il potenziamento della conoscenza dei prodotti tipici lomellini è stata quella della diffusione presso quegli stakeholders che parevano maggiormente adatti, e che sono stati individuati nel pubblico degli eventi gastronomici di qualità, nei Gruppi di Acquisto Solidali (GAS) e nell'alta gastronomia. Evidentemente il progetto guarda con interesse, per i suoi sviluppi futuri, alla possibilità di aggregazione dell'offerta per la fornitura della ristorazione collettiva, sulla scorta dei risultati prodotti dall'azione comune del progetto in termini di coinvolgimento di soggetti qualificati e di stesura di contratti tipo.

Il progetto si inserisce nel quadro delle iniziative di promozione turistica relativa alle attrattive culturali, storiche e paesaggistiche del territorio avviate con il marchio "Lomellina Terra del Cuore", e ne costituisce sviluppo applicativo nell'ambito della comunicazione delle valenze gastronomiche.



Prodotti del progetto

Marchio

A partire dalla primavera 2013 i prodotti di eccellenza del territorio della Lomellina hanno potuto usufruire di un marchio ombrello, strettamente collegato a quello in uso per la promozione turistica, ma pensato in modo da consentire la comunicazione aggregata di diverse tipologie di produzioni agroalimentari.

Si tratta di uno strumento indispensabile per lo sviluppo di iniziative di promozione nelle quali ciascuna produzione tipica possa avere funzione di rilancio e potenziamento dell'attrattiva per le altre, con un potenziamento complessivo dell'efficacia, a fronte di una riduzione dei costi per le singole imprese. Tale strumento, inoltre, è propedeutico all'attivazione di iniziative commerciali, permettendo una più agevole riconoscibilità del territorio e un migliore apprezzamento delle sue tipicità. Le ridotte quantità riconducibili a ciascun produttore e l'estrema diversificazione della gamma, se da un lato sono indice di stretta connessione con la dimensione agricola, dall'altro non consentirebbero ai singoli di affacciarsi stabilmente al mondo del commercio (es. gastronomie, GAS, ristoranti) e renderebbero oltremodo onerosi gli investimenti finalizzati alla promozione.

Disciplinare di produzione

Data la delicatezza della materia anche in termini giuridici, è opportuno che lo strumento del marchio non si esaurisca negli aspetti grafici o nella comunicazione coordinata, ma possa rappresentare un elemento di solidità per la costruzione e il mantenimento di un sistema del tipico locale, individuando i requisiti che dovranno essere rispettati perché ci si possa fregiare del marchio, nonché le modalità e i soggetti che regolano tale concessione.

La presenza di un marchio ombrello che caratterizza i prodotti di territorio, sostenuta da un disciplinare d'uso che lo renda elemento di apprezzamento e di garanzia per i consumatori, potrà essere un cardine su cui impennare le future politiche di sviluppo locale e un elemento di efficienza nella spesa pubblica che in futuro potrà essere sostenuta per la promozione.

Guida

Si tratta di uno strumento cartaceo con immagini di grande pregio iconografico, realizzata con attenzione anche agli aspetti storici e culturali. Non un catalogo, né un ricettario, ma uno strumento di consultazione che afferma e in qualche modo posiziona la cultura gastronomica di un territorio fin qui poco conosciuto, nel ricchissimo panorama regionale e nazionale.

Sito

Le schede monografiche prodotte per la guida sono state rese pubblicabili e inserite in una sezione apposita del sito istituzionale del gal. Sono consultabili all'indirizzo www.gal-lomellina.it/

Gruppo di produttori/metodo condiviso

Può senz'altro essere ascritta a risultato la costituzione di un gruppo di lavoro che vede la presenza di diversi produttori, che a seguito di questo progetto e con la regia del GAL hanno ormai la consuetudine di riunirsi regolarmente, e hanno potuto toccare con mano l'utilità e la convenienza di un approccio collaborativo. I costi di promozione si sono ridotti e le opportunità si sono moltiplicate. Il clima umano e il metodo di lavoro condiviso, infatti, pur richiedendo un continuo lavoro di stimolo e di verifica, rappresentano probabilmente uno degli elementi di maggior valore aggiunto introdotti da questo progetto. Nello scambiarsi cortesie e veri e propri servizi hanno iniziato un

percorso di aggregazione che rappresenta un vero elemento di novità per la tradizione del territorio in cui operano e che lascia ben sperare per il futuro.

Attività

23 GENNAIO 2013 | Mulino di Suardi: presentazione progetto DES, declinazione di GAL Lomellina con annuncio della creazione del logo-ombrello "Origine Lomellina - Buona scoperta"

19 FEBBRAIO 2013 | Valle Lomellina - presentazione ufficiale del logo "Origine Lomellina". Annuncio dell'evento "Origine Lomellina - Buona scoperta" presso l'Urban Center di Milano, della presenza a Sol&Agrifood e ideazione del Mercato dei prodotti tipici presso La Pila di Sartirana

19 MARZO 2013 | Sartirana - Riunione operativa con i produttori per organizzare la logistica dell'evento di presentazione del logo "Origine Lomellina" all'Urban Center di Milano

21 MARZO 2013 | Milano - Evento di presentazione del logo "Origine Lomellina" all'Urban Center in Galleria Vittorio Emanuele II a Milano, alla presenza di giornalisti di settore e autorità. Degustazione gratuita di risotti e prodotti tipici lomellini per tutta la giornata. Oltre 1.000 presenze.

2 APRILE 2013 | Riunione operativa con i produttori per organizzazione logistica in vista di Sol&Agrifood - Vinitaly 2013.

7-10 APRILE 2013 | Verona - Partecipazione a Sol&Agrifood Vinitaly 2013, con presenza ad Agoràfood, degustazione guidata dei prodotti a marchio "Origine Lomellina", condotta da un critico gastronomico e preparata da uno chef professionista con 60 partecipanti.

18 APRILE 2013 | Mede - Incontro con produttori per organizzazione di Riso&Rose 2013 a Mede e organizzazione Mercato dei Prodotti tipici a Sartirana

12 MAGGIO 2013 | Mede - Riso&Rose 2013, in collaborazione con Mondo Monferrato.

29 MAGGIO 2013 | Robbio - Organizzazione Mercato dei Prodotti tipici con Convegno con GAS (Gruppi di acquisto solidale) e annuncio della partnership con Comunica-Club Papillon per partecipazione a Golosaria 2013 a Milano.

10 GIUGNO 2013 | Sartirana - Conferenza stampa di presentazione del Mercato dei Prodotti tipici e del Convegno "Origine Lomellina... a tutto GAS".

16 GIUGNO 2013 | Sartirana - Mercato dei Prodotti tipici e Convegno "Origine Lomellina... a tutto GAS".

12 SETTEMBRE 2013 | Registrazione della puntata del programma televisivo "Agrisapori"

13-14-15 SETTEMBRE 2013 | Vigevano - Partecipazione a Rice 2013 - Presentazione del logo "Origine Lomellina" e ei prodotti nel talk show condotto da Patrizio Roversi

29 SETTEMBRE 2013 | Mortara - Partecipazione alla Sagra del Salame d'Oca

4-5-6-7 OTTOBRE 2013 | Pavia - Partecipazione a Autunno Pavese 2013

13 OTTOBRE 2013 | Dorno - Partecipazione alla Sagra della Zucca Bertagnina

15 OTTOBRE 2013 | Mede - Riunione operativa per partecipazione a Golosaria Milano

27 OTTOBRE 2013 | Olevano Lomellina - Partecipazione alla Festa della Trebbiatura

15 NOVEMBRE 2013 | Mede - Riunione operativa per partecipazione a Golosaria Milano

11 NOVEMBRE 2013 | Milano – Partecipazione al Mercato DES presso la sede di Regione Lombardia

16-17-18 NOVEMBRE 2013 | Milano - Partecipazione collettiva a Golosaria 2013 con presentazione del marchio durante di tre show-cooking a base di prodotti "Origine Lomellina" per circa 100 presenze complessive e inserimenti dei prodotti nel menù ufficiale della manifestazione. In tale occasione si sono altresì verificati incontri con rappresentanti di Gruppi di Acquisto Solidale, oltre che con svariati operatori commerciali italiani ed esteri. In particolare, è stata accompagnata dal nostro staff una comitiva polacca, interessata oltre che ai prodotti, anche al metodo di promozione seguito, con la possibilità di replicare il modello. Presenze in fiera: oltre 40.000 in tre giorni.

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

Il progetto ha creato le basi per un'operazione di aggregazione dell'offerta di prodotti agroalimentari tipici della Lomellina, attivando sinergie tra produttori, incrementando la conoscenza delle valenze gastronomiche del territorio tra i consumatori, gli operatori professionali e i giornalisti di settore. La disponibilità di un marchio sostenuto da un disciplinare di produzione ha permesso di potenziare la comunicazione di prodotto, associandola a quella legata più in generale alla promozione del territorio.

L'aggregazione dell'offerta in termini quantitativi e di regia permette inoltre una più efficace azione di proposta nei confronti della ristorazione collettiva, sfruttando così al meglio una parte dei risultati dell'azione comune.

Il "tavolo dei produttori" ha contribuito a creare un nuovo clima di stabile collaborazione tra i diversi produttori del territorio, con l'emergere di partnership spontanee e di una disponibilità a progettare in comune.

Due aziende, in particolare, hanno condiviso le strutture di confezionamento, creando nuovi prodotti e mettendo in comune informazioni commerciali.

È prevista per la fine del mese di febbraio la visita sul territorio dei rappresentanti di venti Gruppi di Acquisto Solidale, per iniziare una collaborazione stabile all'insegna della stagionalità delle produzioni.

È infine in corso l'analisi di fattibilità per l'avviamento di una società commerciale che si occupi stabilmente della promozione finalizzata alla vendita dei prodotti lomellini che si frangeranno del nuovo marchio.

Elementi di Criticità

Non sono state rilevati elementi di particolare criticità tali da compromettere le fasi del progetto. ●



SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
1

Nome dell'Attività: LINEA A DI SUGHI E PRODOTTI PRONTI A BASE DI LUMACHE E VERDURE (filiera completa: dall'allevamento delle lumache e coltivazione delle verdure al confezionamento e commercializzazione del prodotto finito)

Partner coinvolti: AZIENDA AGRICOLA 2M – AZIENDA AGRICOLA LE CAMPANELLE

L'azienda agricola Le Campanelle di Suardi rappresenta una delle rare realtà ortofrutticole della Lomellina e ha saputo nel tempo dotarsi di un laboratorio di trasformazione di buona capacità e alto livello qualitativo, nonché di una rete commerciale per la distribuzione dei propri prodotti. L'azienda agricola 2M rappresenta invece un elemento di eccellenza nel panorama elicicolo nazionale, lavorando soprattutto sul prodotto fresco, di cui rifornisce, oltre che grandi ristoratori anche grandi catene di distribuzione.

Contatti: Azienda Agricola 2M | Cilavegna (Pv) – Società Agricola Le Campanelle | Suardi (Pv)

Indirizzo: Azienda Agricola 2M, via Oliva (zona S. Anna) | 27024 Cilavegna (Pv)

Le Campanelle - Società Agricola - Via Maestra 94 | 27030 Suardi (Pv)

E-mail: Azienda Agricola 2M: maurator@tin.it, Le Campanelle - Società Agricola: le.campanelle@libero.it

Indirizzo web: <http://www.aziendaagricola2m.eu/>, <http://www.lecampanelle.com/>

Numero incontri realizzati: la collaborazione è continua e costante.

Principali attività realizzate: LINEA A DI SUGHI E PRODOTTI PRONTI A BASE DI LUMACHE E VERDURE (filiera completa: dall'allevamento delle lumache e coltivazione delle verdure al confezionamento e commercializzazione del prodotto finito)

Sponsorizzazione commerciale reciproca dei rispettivi prodotti

Marketing commerciale insieme (televendita sul canale Telepavia - 691 dtt)

Partecipazione congiunta a fiere ed eventi.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: alle aziende il progetto ha permesso di creare linee nuove di prodotti e perfezionare la filiera (da coltivazione/allevamento a prodotto confezionato e pronto a vendita e consumo).

La partecipazione a fiere di rilevanza nazionale e internazionale ha consentito un proficuo confronto con altre realtà produttive italiane; partecipare ad eventi fieristici ha inoltre permesso di allargare la rete di contatti e di commercializzazione ad entrambe le aziende in questione.

In sintesi, l'utilizzo del marchio e la virtuosa collaborazione tra le due aziende ha portato al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

1. Maggiore diversificazione del prodotto
2. Incremento del tasso di utilizzo dei macchinari
3. Aumento del valore aggiunto
4. Ampliamento dei contatti commerciali.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite: Nuove opportunità commerciali e incremento di visibilità dei rispettivi prodotti non solo sul territorio lomellino, ma a livello regionale e nazionale. Da segnalare: l'azienda agricola 2M ha vinto il Terzo Premio Golosario 2013 come Migliore Sfiosità a Sol&Agrifood Vinitaly, la titolare Maura Torti ha ottenuto il premio come miglior artigiano della Provincia di Pavia a Golosaria 2013.

Il marchio Origine Lomellina ha rappresentato un punto di forza decisivo per entrambe le aziende (e per tutti i prodotti convogliati nel logo-ombrello), facendo da volano per la commercializzazione e la conoscenza dei prodotti tipici del territorio, soprattutto per i prodotti (in questo caso lumache e varietà ortofrutticole) meno conosciuti rispetto al riso, ma non meno eccellenti.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: le due aziende continueranno e incrementeranno la partnership commerciale nata con il progetto "Origine Lomellina: buona scoperta". Entrambe proseguiranno nella promozione dei rispettivi prodotti agroalimentari e, soddisfatte delle proposte nate nell'ambito della declinazione di GAL Lomellina con il progetto DES, continueranno a seguire le attività del Gruppo di Azione Locale legate al marketing e alla divulgazione dei prodotti tipici. Entrambe le aziende cercheranno di incrementare la rispettiva (e congiunta) attività ponendo l'accento sulla salute, che parte da una corretta e sana alimentazione, mostrando la genuinità e l'ottimo potenziale nutrizionale dei propri prodotti con progetti in ambito didattico, educativo e ricreativo per famiglie e scolaresche (anche in ottica del tema dell'imminente Expo 2015 "Nutrire il Pianeta").

GAL
Oglio Po Terre d'acqua



Territorio | Province di Cremona e Mantova, Parco Oglio Sud
Sede | Piazza Donatore del Sangue, 17 | 26030 Calvatone (Cr)
Tel. | 0375 97664 | **fax** 0375 97660
Sito web | www.galogliopo.it
E-mail | info@galogliopo.it
Direttore | Giuseppina Botti
Collaboratore di progetto | Lara Pelizzoni

Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	6	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Pelizzoni: incaricato attività di progetto; Fanti: servizio tecnico; Bordiga: consulente incaricato cooperazione; Botti: direttore, responsabile di progetto	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013		
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. incarichi interni assegnati	3	
	n. schede rilevate	20	
	n. contatti aziende (circa)	40	
	altro	50 imprese considerate	
3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	2 (Botti e Pelizzoni)	
	n. incarichi esterni assegnati	0	



	Tipologia attività svolta	Supporto segreteria organizzativa, comunicati stampa, supervisione prodotti comunicazione, registrazione partecipanti	
	altro		
4	Partecipazione attiva al mercato "Prodotti Locali per un consumo consapevole" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	2 (Botti e Pelizzoni)	
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. produttori coinvolti	12	
	Altro (materiale prodotto, ecc)	Coordinamento imprese partecipanti; prenotazione parcheggi, organizzazione trasferta, logistica complessiva, coordinamento attività di allestimento degli spazi	
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 Modulo monitoraggio; 3 Buone prassi
	n. attività pilota realizzate	5 (educational, tavoli di lavoro, giornata vegetariana, educazione alimentare, rete imprese)	
	n. buone prassi	2	
	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report	1	
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)	X	
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web		5
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc., circa)		1.000
	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto		5
	n. comunicati stampa o altro		5

7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		1
	n. produttori censiti (per i quali si è sviluppata scheda promozionale personalizzata)		60
	n. tavoli territoriali attivati		1
	n. risorse umane dedicate		4
	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		0
	Tipologia attività realizzata		0
	n. tavoli territoriali attivati		0
	Educazione Alimentare		
	n. laboratori realizzati		1
	n. scuole coinvolte		10
	n. educatori esterni coinvolti		1
	Materiale prodotto		pubblicazione
	altro		
	n. tavoli territoriali attivati		1 (Provincia di Mantova)
	Capitolato d'appalto		
	n. documenti analizzati		1
	n. proposte avanzate		1
	n. tavoli territoriali avviati		1
	altro		
	Comunicazione e Animazione locale		
	n. iniziative di promozione dei produttori		1
	n. attività di comunicazione		1
	n. attività specifiche a livello locale		1 tavolo territoriale e incontri bilaterali specifici
	altro		

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Oglio Po Terre d'acqua Distretto di Economia Solidale

Vision

Obiettivi

Il modulo pilota del GAL Oglio Po ha inteso sviluppare politiche di qualità, valorizzando forme di produzione e di trasformazione in grado di garantire il consumatore ed il fruitore del territorio. Il GAL Oglio Po ha promosso attività di animazione territoriale e di messa in rete delle opportunità di diffusione dei prodotti presso la domanda collettiva, rappresentata dal sistema ricettivo locale e dalla ristorazione. Al contempo ha inteso favorire la creazione di reti territoriali indirizzate allo sviluppo dell'agricoltura sociale, degli orti collettivi e al consumo consapevole.

Attività

La raccolta dati effettuata secondo i criteri condivisi con i GAL partner e l'analisi delle esigenze manifestate dalle imprese interpellate ha evidenziato la presenza di forme di cooperazione informale e di commercializzazione congiunta dei prodotti, soprattutto del comparto bio - ortofrutta. Le imprese interpellate ed i soggetti territoriali coinvolti quali rappresentanti della domanda hanno rilevato le seguenti necessità:

- individuare forme di promozione congiunta;
- incrementare il contatto diretto con i possibili acquirenti;
- consolidare (codificare e stabilizzare) i rapporti di collaborazione avviati.

In risposta a quanto emerso e nel rispetto delle attività prospettate in fase di candidatura, il GAL ha realizzato le attività di seguito evidenziate.

1. Tavoli di confronto

È stata effettuata un'analisi preliminare della possibile domanda (elaborazione dati, predisposizione scheda raccolta, adeguamento scheda ad esigenze locale, somministrazione primi questionari test, propedeutico alla realizzazione vera e propria delle interviste a campione). Successivamente il GAL ha promosso uno scambio di informazione ed il confronto con alcune realtà del territorio:

- GAS - Gruppi di Acquisto Solidale;
- Imprese agricole;
- Associazioni di Categoria;
- Enti Locali (Parco, Province, Comuni)
- Consorzi sociali;
- Istituti Scolastici.



Dall'attività di animazione territoriale sono emerse, oltre alle dirette implicazioni inerenti il progetto ovvero la necessità di apportare risultati concreti e tangibili per le imprese, anche avvalendosi delle azioni locali, alcune proposte operative di rete, concretizzatesi nelle seguenti attività:

a. Attività di concertazione per progettualità condivise: economia solidale e agricoltura sociale. Nell'ambito del Distretto di Economia Solidale, la promozione degli orti sociali, che associa alla produzione locale (a km 0) finalità socio – educative e riqualificazione di aree urbane altrimenti non utilizzabili si propone quale modello replicabile in più realtà del territorio e quale prima concreta occasione di collaborazione tra i soggetti deputati. Il tavolo di confronto ha generato partenariati locali attivi, partecipi ed in dialogo costante. L'attività di confronto ed elaborazione di idee si è concretizzata nella realizzazione di n.3 proposte progettuali candidate a valere su finanziamenti di natura privata, da considerarsi quali buone prassi, con ricadute positive nel breve termine sul territorio di riferimento.

b. Avvio del percorso per la candidatura di un Distretto del Biologico in area Casalasca e Vadianese: creazione di una rete di imprese. Il Distretto rappresenta una risposta diretta alla richiesta di consolidare e stabilizzare le forme di cooperazione informale (commercializzazione congiunta, aggregazione dell'offerta) presenti sul territorio e contestualmente rafforza l'approccio delle strategie di sviluppo locali fino ad oggi promosse: valorizzazione dell'ambiente e dello spazio rurale, cooperazione con altre realtà di natura affine (cooperazione tra territori), ottimizzazione delle competenze e delle conoscenze in ambito agricolo per la diffusione di pratiche sostenibili e la promozione di produzioni di qualità.

2. Educational

È stato realizzato un educational presso le imprese. I soggetti coinvolti (ristorazione locale, esercizi commerciali, gestori delle mense collettive) sono stati accompagnati in un viaggio alla scoperta del territorio e dei suoi prodotti. Attraverso l'azione si è promosso il contatto diretto con probabili acquirenti e quindi il possibile avvio di contratti di vendita dei prodotti.

3. Educazione alimentare

L'attività ha inteso stimolare il consumo consapevole dei generi alimentari e la diffusione di abitudini corrette, attente alle produzioni stagionali e all'origine del prodotto. Il GAL Oglio Po terre d'acqua in partenariato con la Provincia di Cremona ha contribuito alla realizzazione del progetto di educazione alimentare "Lo Spaventapasseri", attraverso il sostegno alla realizzazione del materiale informativo dello stesso.

È stata inoltre organizzata presso le scuole mantovane del territorio "La Giornata vegetariana", momento di riflessione e di condivisione di un percorso educativo voluto dall'ASL di Mantova e sostenuto dalla Provincia di Mantova e dai GAL Oltrepo Mantovano e Colline Moreniche. L'iniziativa, volta alla tutela della salute e alla diffusione di alimenti spesso non considerati nelle diete quotidiane, è stata organizzata lo scorso 23 novembre.

Quali Buone pratiche sono emerse

1. Connessione tra economia solidale e agricoltura sociale. Le attività di coinvolgimento dei portatori d'interesse locale rispetto alla tematica di riferimento hanno condotto alla pianificazione di 3 differenti progetti integrati e compartecipati da partenariato misto pubblico privato, candidati a valere su bandi di Fondazioni priva-

te. Ad oggi è in fase di realizzazione una delle tre progettualità proposte, mentre le altre sono in fase di valutazione.

2. Forme aggregative tra imprese: rete d'impresa tramite l'avvio del percorso per la candidatura del distretto Biologico. Valutazione di fattibilità.

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

1. Unione tra settori sociale e agricolo - la condivisione di obiettivi comuni da parte di enti locali, soggetti deputati alla gestione distrettuale dei servizi sociali o operativi in ambito sociale (cooperative), associazioni non profit (Gruppi di Acquisto Solidale compresi) e imprese agricole (anche tramite le rappresentanze di categoria) ha consentito lo sviluppo di due aspetti: la definizione di progettualità che fanno leva sull'uso del terreno (pubblico o privato) a fini collettivi; l'organizzazione di un insieme intersettoriale di partner che operano per unire agricoltura e solidarietà.
2. Promozione di forme aggregative tra imprese: il distretto agricolo quale opportunità per la valorizzazione delle imprese agricole, in una rete che per sua natura nasce inserita nel più ampio contesto territoriale. La scelta del tema portante del distretto "l'agricoltura biologica" risulta dalle sollecitazioni sul ruolo della tutela ambientale e della garanzia di qualità per il consumatore.



3. Educational: la conoscenza, il contatto diretto e il coinvolgimento di "soggetti chiave" (quali i GAS, ma anche i ristoratori ...) sono gli elementi alla base della sperimentazione di attività da strutturare in futuro nel distretto.

Elementi di Criticità

Eccessiva complessità delle procedure; difficoltà di lettura ed incrocio dati (indirizzi obsoleti, ragione sociale modificata delle imprese agricole); difficoltà di contatto con le imprese agricole.

Carenza di disponibilità al confronto tra settori diversi; difficoltà a comprendere linguaggi propri di discipline differenti; assenza di interesse al cambiamento rispetto a una costante condizione di difficoltà sia in ambito privato che pubblico; difficoltà di comprensione dei ruoli e delle competenze dei diversi soggetti coinvolti; scarsa propensione alla visione a lungo termine a fronte di una mutevolezza costante del contesto. ●



SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
1

Nome dell'Attività: ATTIVITÀ DI CONCERTAZIONE PER PROGETTUALITÀ CONDIVISE: ECONOMIA SOLIDALE E AGRICOLTURA SOCIALE - n.1 Progettualità: Spaccio Biologico, SFUSO A KM 0)

Partner coinvolti: Associazione GASalasco Oglio Po; PALM Work&Project - cooperativa

Contatti: GAL Oglio Po terre d'acqua soc. cons. a r.l.

Indirizzo: Piazza Donatore del sangue, 12 - 26030n Calvatone (Cr)

E-mail: info@galogliopo.it / **Indirizzo web:** www.galogliopo.it

Numero incontri realizzati: 5

Principali attività realizzate: animazione territoriale, valutazione opportunità di finanziamento per la realizzazione delle idee - progetto emerse dal confronto; definizione del partenariato e progettazione; candidatura proposta progettuale.

1. Creazione del partenariato:

Incontri plenari e bilaterali per la condivisione delle idee progettuali e delle proposte attuative. Circolazione delle informazioni e coinvolgimento costante dei partner nella predisposizione della documentazione di sintesi delle proposte emerse.

2. Individuazione obiettivi comuni:

Il DES si ispira a modelli di consumo consapevole e sostenibile. Il sostegno alle produzioni locali non può prescindere dalla necessità di promuovere presso i consumatori stili di vita sostenibili ed un'alimentazione sana ed ispirata a principi di solidarietà, che possano garantire qualità al consumatore ed un compenso idoneo al produttore. Con la progettualità espressa dal partenariato GAS - cooperativa si è inteso favorire la creazione di servizi ed informazioni volte a favorire la diffusione di comportamenti quotidiani sostenibili, con la creazione di un orto sinergico e di uno spaccio di prodotti sfusi. Si è dunque raggiunto un obiettivo duplice: da un lato sostenere la crescente quota di popolazione che ricerca costantemente servizi di vendita adeguati alle sempre più impellente necessità di qualità garantita, di contatto diretto con il produttore e di prodotti sfusi, con conseguenti impatto positivo sulle politiche di contenimento dei rifiuti, dall'altro ottimizzare l'utilizzo della risorsa idrica con la creazione di un orto collettivo a disposizione della comunità.

3. Definizione attività:

Il progetto si struttura come schematizzato di seguito.

Linea di intervento 1 - Incrementare la disponibilità di prodotti senza imballaggio: Attivazione e gestione di uno Spaccio di prodotti sfusi in Casalmaggiore

Linea di intervento 2 - Favorire l'uso efficiente dell'acqua nelle irrigazioni degli orti domestici e collettivi

Linea di intervento 3 - Diffondere comportamenti sostenibili: una comunità attiva verso Europa 2020

4. Candidatura proposta progettuale:

Le attività di progetto come descritte sono state candidate e finanziate da Fondazione Cariplo

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: creazione di un partenariato stabile che collabora per promuovere stili di vita attivi che favoriscano la sostenibilità ambientale e sociale. Realizzazione di un orto collettivo, realizzazione di uno spaccio sfuso a KM 0; realizzazione di attività di sensibilizzazione e di amplificazione delle azioni di partenariato.

Problemi riscontrati: difficoltà a codificare in termini quantitativi gli effetti delle iniziative di un'associazione non strutturata quale un GAS in termini di sostenibilità ambientale; da parte di un'associazione senza staff dedicato vi è difficoltà a esprimere il potenziale di impatto sul contesto sociale di appartenenza; carenza di dati sui risultati ottenuti da iniziative simili realizzate in altri contesti; bisogno di integrazione tra l'attività di associazioni senza scopo di lucro, iniziative degli enti locali; attività delle cooperative sociali, imprese locali.

Esperienze acquisite: conoscenza del ruolo del volontariato nella promozione degli stili di vita attivi in termini di sostenibilità ambientale e sociale; opportunità dell'agricoltura sociale quale tema di connessione tra le iniziative private con finalità collettiva e le risorse pubbliche non utilizzate; importanza di promuovere la sinergia tra soggetti attivi nel medesimo settore che spesso non hanno occasioni di collaborazione.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: con la finalità di completare il processo di coinvolgimento del territorio, l'iniziativa sarà condivisa tra portatori di interesse pubblici e privati attualmente non coinvolti nel partenariato formalizzato. Grazie al confronto tra iniziative pubbliche (come per esempio i PAES) e iniziative private (a vario titolo: imprese e cooperative del settore sostenibile, organizzazioni senza scopo di lucro...), l'intervento mira a elaborare un'idea di progetto integrato che sia di interesse nell'ottica delle programmazioni 2014-2020.

SOMMARIO BUONE PRASSI



Nome dell'Attività: ATTIVITÀ DI CONCERTAZIONE: ECONOMIA SOLIDALE E AGRICOLTURA SOCIALE - n. 2 Progettualità

Partner coinvolti: *Progetto 1:* Consorzio Pubblico Servizio alla Persona di Viadana, 3 cooperative sociali, Istituto Istruzione Superiore Giovanni Bosco, Comuni di Viadana e Marcaria, Provincia di Mantova

Progetto 2: CONCASS; Fondazione Santa Chiara, Parco Regionale Oglio Sud, Cooperativa Moby Dick, Comune di Casalmaggiore, GAL Oglio Po terre d'acqua

Contatti: GAL Oglio Po terre d'acqua soc. cons. a r.l.

Indirizzo: Piazza Donatore del sangue, 12 - 26030n Calvatone (Cr)

E-mail: info@galogliopo.it

Indirizzo web: www.galogliopo.it

Numero incontri realizzati: 5

Principali attività realizzate: animazione territoriale, valutazione opportunità di finanziamento per la realizzazione delle idee - progetto emerse dal confronto; definizione del partenariato e progettazione; candidatura proposta progettuale.

1. Creazione del partenariato:

Incontri plenari e bilaterali per la condivisione delle idee progettuali e delle proposte attuative. Circolazione delle informazioni e coinvolgimento costante dei partner nella predisposizione della documentazione di sintesi delle proposte emerse.

2. Individuazione obiettivi comuni:

Il tavolo di lavoro ha individuato nella realizzazione di orti sociali oltre che un'attività volta a diffondere pratiche e comportamenti di sostenibilità ambientale uno strumento atto a valorizzare persone affette da disabilità e/o svantaggio. L'attività della coltivazione offre la possibilità di sperimentare un nuovo modello di lavoro nel sociale, che integra competenze tecniche agronomiche con competenze educative, che può sviluppare percorsi personalizzati nei quali la componente del gruppo consente spazi di crescita difficili da ottenere in percorsi di inserimento lavorativo individualizzato. Con questa progettualità si intende promuovere una nuova dimensione del lavoro sociale, inteso come: lavoro integrato fra saperi e competenze diverse, sviluppo di un senso di appartenenza alla comunità, opportunità per una maggiore autonomia delle persone in contesti di fragilità sociale, contaminazione di un modello solidale con le nuove generazioni.

3. Definizione attività:

I progetti sono organizzati per incrementare le opportunità lavorative unendo l'utilizzo di aree pubbliche e private, i servizi sociali e l'agricoltura. Le proposte sono quindi strutturate secondo uno schema simile: realizzazione e gestione di orti o giardini a uso sociale; inserimento lavorativo sul tema dei green jobs; produzione agro-alimentare inserita in contesti di solidarietà sociale; sensibilizzazione della popolazione e coinvolgimento dei giovani tramite le scuole.

4. Candidatura proposta progettuale:

Le attività di progetto come descritte sono state candidate in occasione di bandi emessi da Fondazioni private, Sono attualmente in fase di valutazione.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: creazione di un partenariato in grado di sviluppare ulteriori progettualità e di dialogare con le associazioni e le cooperative, le imprese agricole sensibili al tema. Altro aspetto importante è la sollecitazione dell'integrazione costruttiva e fattiva tra politiche pubbliche e iniziative private sul tema della sostenibilità e della solidarietà.

Problemi riscontrati: limitatezza delle opportunità di finanziamento adatte per integrare borse lavoro e imprenditoria privata; difficoltà di gestire le urgenze sociali in parallelo alle criticità economiche dovute alla contingenza finanziaria delle imprese locali; insufficienza delle risorse rispetto al contesto territoriale da coinvolgere.

Esperienze acquisite: Importanza dell'incontro tra welfare e agricoltura: nuova tematica di sviluppo per la programmazione 2014 - 2020.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: iniziative che coniughino le iniziative di enti dedicati alla sostenibilità ambientale e organizzazioni impegnate in campo sociale.

SOMMARIO BUONE PRASSI



Nome dell'Attività: RETE D'IMPRESE: AWIO DEL PERCORSO PER LA CANDIDATURA DEL DISTRETTO BIOLOGICO

Partner coinvolti: GAL Oglio Po terre d'acqua; Impreso Locali; Associazioni di Categoria; Camere di Commercio, enti locali, Province

Contatti: GAL Oglio Po terre d'acqua soc. cons. a r.l.

Indirizzo: Piazza Donatore del sangue, 12 - 26030n Calvatone (Cr)

E-mail: info@galogliopo.it

Indirizzo web: www.galogliopo.it

Numero incontri realizzati: 7

Principali attività realizzate: Coinvolgimento dei possibili partner (imprese agricole); valutazione preliminare di fattibilità del distretto (iter amministrativo, normativa, analisi dei parametri territoriali di riferimento).

1. Creazione del partenariato:

Sono stati realizzati un incontro plenario ed alcuni incontri bilaterali con i soggetti coinvolti. La raccolta delle osservazioni e delle aspettative dei soggetti a vario titolo coinvolti ha portato alla definizione di alcune priorità che dovrebbe affrontare il Distretto Agricolo. Sono stati avviati i contatti con le Università ed i centri di ricerca di riferimento per l'area dell'Oglio Po.

2. Individuazione obiettivi comuni:

Sono in fase di definizione le progettualità che concorreranno a definire la candidatura del distretto. Le tematiche e le motivazioni del distretto del Biologico sono riconducibili alla presenza di imprese dalla tradizione consolidata nel settore e dall'esigenze sempre più manifesta di prodotti garantiti e di qualità. Inoltre il comparto BIO da tempo sperimenta forme di aggregazione dell'offerta e di rete, che potrebbero essere consolidate e formalizzate tramite la costituzione del distretto.

3. Definizione attività:

Si è concordato di proseguire con l'analisi del comparto e l'approfondimento tecnico necessario alla valutazione delle condizioni di realizzazione del progetto.

4. Candidatura proposta progettuale:

Da valutare, se il partenariato riterrà la soluzione ottimale la creazione di un distretto lo stesso sarà candidato entro il mese di maggio 2013.

Risultati concreti ottenuti per il tramite del progetto: avvio del percorso e valutazione di fattibilità per la realizzazione del distretto.

Problemi riscontrati / esperienze acquisite: esiguità di risorse da destinarsi alla fase di studio per la realizzazione del distretto.

Progetti futuri in programmazione nati da questa esperienza: implementazione di un Piano di Distretto, a seguito di eventuale esito positivo della costituzione.

Focus sul territorio GAL Oglio Po Terre d'acqua

Il territorio del Gal Oglìopò presenta caratteristiche produttive per alcuni aspetti simili a quelle del vicino Gal Oltrepò Mantovano. Anche in questo caso, infatti, si evidenzia un forte legame con la zootecnia, in generale, e la suinicoltura, in particolare. Il sistema agroalimentare locale è fortemente influenzato, infatti, dalla presenza della filiera del suino pesante italiano che ha, in alcuni dei comuni del Gal, i centri produttivi più importanti. Sono circa 73.000 gli ettari di SAU gestiti dalle 3.563 imprese operanti sul territorio. Tra le colture più diffuse ed interessanti ai fini del progetto troviamo i cereali oltre alla presenza delle orticole, con una superficie investita di circa 5.000 ettari. L'attività zootecnica come anticipato è connessa principalmente alla suinicoltura che rappresenta oltre il 50% della zootecnia locale; un ulteriore 35% è costituito dall'allevamento bovino a cui segue un 12% circa di quello avicolo.

A fronte di un numero di imprese particolarmente elevato, l'indagine diretta ha evidenziato una certa difficoltà nel reperire aziende disponibili a rispondere al questionario. Probabilmente, la presenza di filiere molto strutturate e connesse con la produzione di alcuni dei più importanti prodotti tipici dell'agroalimentare italiano rende poco appetibile un'eventuale proposta di collaborazione per la definizione di nuovi canali commerciali. Tra le 20 imprese che hanno partecipato alla ricerca, si è registrato un buon interesse e la disponibilità ad impegnarsi in progetti comuni è stata elevata (16 imprese su 20). Le aziende, di dimensione medio-grandi (superficie media di 56 ettari), sono risultate sensibili ai temi dell'innovazione e della competitività. L'età media dei conduttori risulta bassa (46 anni), il livello di formazione è medio-alto, corrispondente ad un diploma di scuola media superiore, ed elevata è la presenza di donne impiegate a diverso titolo nelle imprese. Da sottolineare come in tutte e 20 le imprese siano stati promossi interventi innovativi negli ultimi 5 anni (quasi 5 interventi, in media, ad azienda).

Decisamente articolata l'offerta dei prodotti potenzialmente disponibili per azioni finalizzate alla creazione e/o sostegno di nuove filiere corte locali (Fig.1); tra i prodotti di origine vegetale troviamo un'elevata disponibilità di ortaggi e patate, frutta, vino, conserve e succhi. Per quanto riguarda quelli di origine animale si segnalano l'ampia possibilità di impiego di prodotti lattiero-caseari sia di latte vaccino sia di capra, di carni suine, bovine e avicole, e dei prodotti dell'apicoltura. Come osservato per il Gal Oltrepò Mantovano, anche in questo caso, accanto a prodotti tipici particolarmente riconosciuti ed apprezzati, ed inevitabilmente orientati verso canali commerciali consolidati, troviamo una serie di produzioni prive di particolari riconoscimenti specifici che potrebbero facilmente beneficiare di azioni specifiche a sostegno del sistema agroalimentare locale.

Sul fronte della domanda aggregata relativa alla ristorazione collettiva (Tab.1 e Tab. 2), all'interno dei 45 comuni del Gal Oglìopò sono presenti ben 154 strutture per la mag-

Fig. 1 - I prodotti del territorio per il progetto DES Lombardia
Fonte: elaborazione DEMM su dati indagine



Tab. 1 - Il Territorio
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

GAL OGLIO PO	
N° Comuni	45
Popolazione residente (Istat, 2010)	114.860
Superficie Km ²	1.022
N° Strutture ristorazione collettiva	154

Tab. 2 - La ristorazione collettiva
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

	N° STRUTTURE	N° PASTI
Scuole	108	857.659
Residenze sociali per anziani	46	1.804.720
Totale	154	2.662.379

giò parte relative alla ristorazione scolastica (108 mense). La dimensione media delle strutture appare decisamente contenuta con un numero di pasti medio annui inferiore a 8.000. Decisamente superiore la dimensione delle strutture ristorative presenti nelle RSA che evidenziano una media annua di pasti erogati di poco inferiore ai 40.000.

Inoltre, sul territorio è stata rilevata la presenza di diversi Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) particolarmente attivi ed interessati alla valorizzazione dei sistemi locali. Anche questa forma di potenziale domanda aggregata appare estremamente interessante per la definizione di scenari economici improntati alla sostenibilità dell'economia locale.

L'analisi SWOT condotta (Tab. 3) mostra, tra i principali punti di forza, la buona disponibilità di prodotti sia in termini di quantità sia da un vista di varietà per poter sostenere azioni di sviluppo di nuove filiere corte locali. Inoltre, le imprese che hanno partecipato all'indagine appaiono particolarmente dinamiche e propense all'innovazione. Sul territorio sono state individuate due importanti forme di domanda aggregata potenzialmente coinvolgibili in un progetto di valorizzazione dei sistemi economici locali: da un lato, la ristorazione collettiva sembra avere una presenza sul territorio in grado di sviluppare nuove forme di approvvigionamento, dall'altro, la presenza di diversi GAS è

Tab. 3 - Elementi strategici per lo sviluppo di una filiera corta locale

Punti di Forza		Punti di Debolezza	
+	Buona disponibilità di prodotti	-	Difficoltà nel raggiungere e motivare le imprese agricole
+	Dinamicità delle aziende agricole oggetto di studio	-	Presenza di filiere molto strutturate
+	Presenza di forme di domanda aggregata		
Opportunità		Minacce	
+	Possibile interesse da parte di stakeholders pubblici e privati	-	Asimmetria informativa tra mondo agricolo e ristorazione collettiva
+	Nuove politiche	-	GAS: mancanza di informazione e regolamentazione
+	Possibili sinergie con altre realtà territoriali		

indice di un'elevata sensibilità dei consumatori ai temi della sostenibilità dei sistemi agroalimentari locali. Tra i principali punti di debolezza si segnala la difficoltà iniziale nel contattare e motivare le imprese agricole forse connessa alla presenza di filiere particolarmente strutturate apparentemente meno interessate allo sviluppo di ulteriori progetti di filiera corta locale. Le opportunità da cogliere sono rappresentate dal possibile coinvolgimento di attori pubblici e privati sensibili al tema della sostenibilità, dai possibili benefici derivanti dalla nuova Pac, maggiormente orientata verso una maggiore attenzione ai territori e all'ambiente, che sembrerebbe individuare proprio nel sostegno dei sistemi agricoli locali uno degli elementi innovativi della politica comunitaria. Ulteriore opportunità è la presenza di possibili sinergie con realtà territoriali

limitrofe per quanto riguarda, ad esempio, lo sviluppo di progetti connessi al mondo della ristorazione collettiva. In relazione a quest'ultima si segnala, come possibile minaccia, l'asimmetria informativa tra il mondo agricolo e quello della ristorazione e la necessità di superare alcune distanze esistenti soprattutto in materia di diritto alimentare (conoscenza dei meccanismi di approvvigionamento, ecc.). Per quanto riguarda i GAS, allo stato attuale, si sottolinea l'assenza di informazioni relative al mercato che risulta così poco trasparente e di difficile valutazione. A tal proposito, si auspica per il prossimo futuro una maggior attenzione da parte dei soggetti pubblici operanti sul territorio volta, da un lato, ad approfondirne lo studio, dall'altro, a definire più chiaramente il contesto normativo. ●





Modulo di monitoraggio

	TIPOLOGIA DI AZIONE	AZIONI COMUNI	AZIONI PILOTA
1	Attività di partecipazione al comitato di coordinamento:		
	n. presenze agli incontri	10	
	ruolo di chi ha partecipato agli incontri	Coordinatore, Amministrativi	
	Partecipazione attiva alle attività Comuni:		
2	Partecipazione alla ricerca I GAL Driving Force dei Sistemi Agri alimentari Locali 03.013-10.013		
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	n. incarichi interni assegnati	3	
	n. schede rilevate	39	
	n. contatti aziende (circa)	200	
	altro		
3	Partecipazione attiva al Convegno "Il Territorio Ci nutre" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	3	
	n. incarichi esterni assegnati	0	
	Tipologia attività svolta	Supporto organizzativo	
	altro		



4	Partecipazione attiva al mercato "Prodotti Locali per un consumo consapevole" Milano 11.11.2013		
	n. incarichi interni assegnati	3	
	n. incarichi esterni assegnati	1	
	n. produttori coinvolti	8	
	Altro (materiale prodotto, ecc.)		
5	Organizzazione e partecipazione evento FINALE data: Marzo 2014		
	Predisposizione raccolta/report buone prassi:		1 Modulo monitoraggio; 1 Buona prassi
	n. attività pilota realizzate	3	
	n. buone prassi	2	
	n. eventi realizzati sul territorio da inserire nel report	1 Convegno "Il Territorio che nutre"	
	partecipazione e disponibilità per evento finale. Convegno, presentazione buone prassi, ecc. (indicare con una X la disponibilità)	X	
6	Partecipazione attività di Comunicazione comuni:		
	n. comunicati x sito web		1 (dati e azioni Gal Valtellina)
	n. materiali promozionali distribuiti (depliant, adesivi, ecc., circa)		Circa 1.500
	n. eventi non dedicati in cui si è distribuito materiale del progetto		2
	n. comunicati stampa o altro		2
7	PROGETTI PILOTA: indicare le azioni realizzate come approvate da progetto ed eventuali variazioni		
	n. banche dati prodotti locali domanda offerta		2
	n. produttori censiti (per i quali si è sviluppata scheda promozionale personalizzata)		235 aziende - 215 mense
	n. tavoli territoriali attivati		2
	n. risorse umane dedicate		3

	Marchio commerciale		
	n. attività realizzate		
	Tipologia attività realizzata		
	n. tavoli territoriali attivati		
	Educazione Alimentare		
	n. laboratori realizzati		16
	n. scuole coinvolte		3
	n. educatori esterni coinvolti		0
	Materiale prodotto		Presentazioni dedicate
	altro		
	n. tavoli territoriali attivati		
	Capitolato d'appalto		
	n. documenti analizzati		3
	n. proposte avanzate		Contatti con 2 Comuni
	n. tavoli territoriali avviati		
	altro		
	Comunicazione e Animazione locale		
	n. iniziative di promozione dei produttori		2 (buffet convegno Gal Valtellina mercato R.L.)
	n. attività di comunicazione		
	n. attività specifiche a livello locale		
	altro		

Una Buona Pratica per il territorio del GAL Valtellina

Il territorio che nutre

Prodotti tipici e tradizionali, reti di imprese e mercato di prossimità



Partner territoriali di progetto:

Provincia di Sondrio e Azienda Sanitaria Locale.

Il **Gal Valtellina**, oltre alle azioni comuni coordinate dal capofila, ha realizzato, in linea con gli obiettivi e gli scopi del progetto Pilota, le proprie iniziative locali nei seguenti ambiti:

- **MENSE CIVICHE**
Individuazione della domanda aggregata dei prodotti locali e della filiera corta, come punto di forza dello sviluppo dell'economia locale, promuovendo, attraverso il coinvolgimento delle amministrazioni locali, uno stile di consumo consapevole e sostenibile.
- **GAS**
Coinvolgimento dei Gruppi di Acquisto Solidale locali per conoscere le modalità di acquisto e la tipologia dei prodotti che vengono ricercati, in particolar modo sul territorio della provincia.

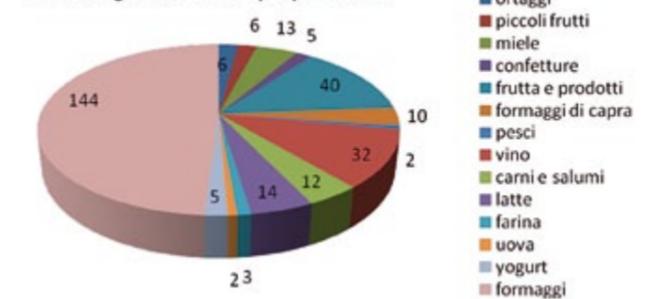
- **MARCHIO D'AREA E PRODOTTI TIPICI**
Valorizzazione dei prodotti tipici, attraverso una definizione più dettagliata dello standard di produzione e l'individuazione di nuovi prodotti tradizionali.
- **CAPITOLATO D'APPALTO**
È stato avviato un percorso di sensibilizzazione tra le amministrazioni locali, l'Asl di Sondrio e i gestori delle mense. Obiettivo quello di costruire un percorso di conoscenza dei prodotti locali attraverso il loro impiego nei menù delle mense locali.
- **EDUCAZIONE ALIMENTARE**
Azioni volte a permettere il permanere e il consolidarsi di una cultura del cibo legata al territorio e all'identità valtellinese e valchiavennasca.
- **ATTIVITÀ DI ANIMAZIONE LOCALE**
diverse attività di promozione e comunicazione.

Attività realizzate

Individuazione aziende agricole locali

È stata creata una banca dati delle aziende agricole (235) della provincia di Sondrio che attualmente possiedono le corrette caratteristiche per essere identificate come "spacci aziendali", suddivise per tipologia di produzione. Partendo dalla fotografia della realtà agricola locale, quantificando quindi l'offerta, l'intento più ampio è quello di qualificare i produttori per renderli attori importanti di un turismo legato alla cultura del territorio. I dati sono stati raccolti ed elaborati attraverso diversi database (CCIAA, Coldiretti, CIA e Confagricoltura) e con interviste dirette sul campo. Di seguito i dati relativi alle tipologie di produzione nel nostro territorio:

Aziende agricole suddivise per produzione



Individuazione mense locali

È stata fatta una mappatura di tutte le mense del territorio (211), sia pubbliche che private, suddivise per tipologia. È seguita un'indagine più approfondita sul numero di pasti erogati annualmente e sulle modalità di approvvigionamento. È emerso che nella nostra provincia esiste una rete capillare di piccole e grandi mense: asili, scuole, case di riposo, ospedali, case per ferie e aziendali con cui si potrebbe lavorare al fine di proporre prodotti del territorio in grado di minimizzare l'impronta ecologica legata al loro utilizzo e nel contempo in grado di migliorare il livello di identità del consumatore con il territorio di residenza. Riportiamo, nelle tabelle che seguono, il numero delle mense suddivise per tipologia e il numero di pasti erogati annualmente:

Mandamento	TIPOLOGIA MENSA							TOTALE
	PRE-SCOLASTICA	SCOLASTICA		COMUNITÀ	AZIENDALE	SOCIALE	ESTIVE	
	NIDO	MATERNA E PRIMARIA	SECONDARIA	COMUNITÀ				
Chiavenna	2	20	1	6	0	0	3	32
Morbegno	8	32	1	11	6	1	1	60
Sondrio	10	38	4	7	3	1	4	67
Tirano	4	7	0	10	3	0	0	24
Bormio	3	14	2	5	2	0	1	27
TOTALE	27	111	8	39	14	2	9	210

Mandamento	TIPOLOGIA MENSA							TOTALE
	PRE-SCOLASTICA	SCOLASTICA		COMUNITÀ	AZIENDALE	SOCIALE	ESTIVE	
	NIDO	MATERNA E PRIMARIA	SECONDARIA	COMUNITÀ				
Chiavenna	7.317	105.411	13.312	238.439	0	0	3.925	368.404
Morbegno	28.211	349.499	3.620	503.225	170.319	29.400	4.000	1.088.274
Sondrio	43.030	375.581	167.258	666.249	69.826	24.000	3.395	1.349.339
Tirano	11.985	144.205	0	413.890	80.246	0	0	650.326
Bormio	30.750	135.870	30.088	552.766	44.138	0	0	793.612
TOTALE	121.293	1.110.566	214.278	2.374.569	364.529	53.400	11.320	4.249.955

I prodotti tradizionali

Sono stati individuati nove prodotti, le cui procedure di lavorazione, conservazione e stagionatura sono consolidate nel tempo (da almeno 25 anni) e per i quali verrà fatta richiesta di inserimento nell'Elenco dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali di Regione Lombardia nella prossima revisione. Nello specifico abbiamo intervistato i produttori dei seguenti prodotti: *strutto, pesteda, formaggio della Val di Lei, salame di capra, ricottina fresca di capra, fughiascia di gordona (fugascia), luganich de sanc e i fidelin del moro*. L'obiettivo è il potenziamento della diffusione di questi prodotti abbinato ad azioni di educazione alimentare e di promozione al fine di migliorarne l'immagine sul territorio e al tempo stesso salvaguardare l'identità valtellinese.

Più in generale, e in vista di EXPO 2015, "Il territorio che nutre", mira a recuperare e valorizzare i prodotti tradizionali e tipici locali, anche attraverso il "Marchio Valtellina", intesi come un vero e proprio patrimonio culturale del territorio, chiavi di volta anche per un turismo sostenibile della Provincia di Sondrio.

Individuazione dei GAS

Sono stati presi i contatti con i GAS di Tirano, Sondrio e Morbegno. Dall'incontro congiunto è emerso che la scelta di acquisto e consumo di un prodotto è determinata da una valutazione basata sui seguenti criteri: etica di produzione, trasparenza, chiarezza, coltivazione biologica e km zero. La qualità, anche a discapito del prezzo, deve rispettare a 360° la sostenibilità del luogo in cui viene prodotto. I GAS acquistano prevalentemente sul nostro territorio: patate, farina di mais, carne bovina e suina in piccole quantità, mele e piccoli frutti, marmellate, conserve, formaggi di latte vaccino e di capra, yogurt e miele.

Interessante lo scambio di informazioni sui prodotti e i produttori tra i membri dei GAS, non solo a livello locale, ma anche nazionale.

Convegno "Il territorio che nutre" - 10 giugno

Il Gal Valtellina ha organizzato, nel proprio territorio, un convegno dove si è parlato di DES, educazione alimentare, filiera corta, Km zero e di consumo critico e solidale. Fondamentale la collaborazione con i partner territoriali, Provincia e Asl di Sondrio, che sono intervenuti nell'ambito delle iniziative di informazione e formazione rivolte agli attori del territorio.

Hanno partecipato come relatori:

Carmelita Trentini: *Il Distretto di Economia Solidale: innovazione e partenariato per la valorizzazione del sistema agroalimentare* - Coordinatrice Gal Oltrepomantovano - capofila progetto DES

Greta Galanga: *Le iniziative di filiera corta delle aziende agricole del territorio e le mense pubbliche e private locali* - Gal Valtellina

Lorella Cecconami: *Il ruolo dell'Asl di Sondrio nell'educazione alimentare* - Direttore Sanitario Azienda Sanitaria Locale della provincia di Sondrio

Fulvio Di Capita: *I progetti di educazione alimentare promossi sul territorio* - Provincia di Sondrio - Direzione settore agricoltura, ambiente, caccia e pesca

Vittorio Ciarocchi: *La gestione di una mensa e l'utilizzo dei prodotti biologici* - Responsabile Cooperativa Sociale Il Sentiero di Morbegno

Marco Deghi: *L'esperienza di un'azienda agricola locale sulle modalità di distribuzione* - Direttore Latteria Sociale Valtellina di Delebio.

Attilio Tartarini, Presidente del Gal Valtellina, ha concluso gli interventi confermando la volontà comune di proseguire nel dialogo e nell'impegno di valorizzazione del territorio. Tutti i presenti sono stati invitati poi al buffet di degustazione dei prodotti tipici valtellinesi e valchiavennaschi.



Partecipazione evento DES in Regione Lombardia

Il Gal Valtellina ha collaborato con il capofila nell'organizzazione del convegno di presentazione dei dati del progetto, che si è tenuto l'11 novembre scorso presso Regione Lombardia. In particolare ha curato la realizzazione del buffet di prodotti tipici dei sette Gal lombardi, e la logistica del "mercato" dei produttori dei rispettivi sette territori, nella piazza di Regione Lombardia.



Nove produttori della provincia di Sondrio hanno fatto degustare e venduto i loro prodotti durante la giornata del convegno. Miele, vino, ortaggi e formaggi, ma anche la vanda del territorio del Gal Valtellina.

Corsi di educazione alimentare

Per dare visibilità alle azioni intraprese e per aiutare l'intensificarsi e lo svilupparsi di una corretta identità agroalimentare del territorio sono stati proposti agli istituti alberghieri e agrario della provincia di Sondrio degli incontri di formazione rivolti agli studenti sui prodotti tipici e tradizionali.

I moduli si sono svolti tra i mesi di novembre e dicembre 2013.

Implementazione sito internet

È stata inserita, sul sito del GAL Valtellina, una sezione dedicata al progetto di cooperazione, dal titolo "un territorio che nutre", in cui è possibile trovare informazioni sul DES e scaricare l'elenco delle aziende agricole e quello delle mense locali.

Elementi che possono "gemmare" esternalità positive

L'intensa collaborazione con l'Asl, sia nella fase preliminare della ricerca, che nell'organizzazione e promozione del convegno, ha intensificato lo scambio di informazioni e la condivisione delle buone prassi, soprattutto per quanto riguarda le attività di educazione alimentare.

In particolare, inizialmente, il contributo dell'azienda sanitaria locale è stato fondamentale per individuare le mense del territorio: abbiamo reperito, grazie al supporto degli

uffici sanitari, gli elenchi degli asili nido, delle scuole dell'infanzia, primarie e secondarie, delle comunità e delle aziende ospedaliere della provincia di Sondrio. In seguito ci sono stati forniti copia del menù, utilizzato a modello nelle mense collettive, e la scheda di monitoraggio che il Dipartimento di Prevenzione Medico Servizio Igiene e Prevenzione Ambienti di Vita sta somministrando ai gestori delle mense locali per sondare la tipologia e la provenienza dei prodotti utilizzati. Gli elenchi aggiornati e da noi implementati con i dati dei numeri dei pasti erogati annualmente sono stati condivisi con gli uffici dell'Asl.

Nei vari incontri intercorsi, durante tutte le fasi di progetto, la Direzione Sanitaria dell'Azienda Sanitaria locale ha sempre ribadito l'interesse per la nostra ricerca e il supporto nel sensibilizzare sia le amministrazioni locali, che hanno il ruolo di stilare i capitolati d'appalto per la gestione delle mense, che i gestori stessi, che hanno il compito di elaborare i menù che verranno somministrati agli utenti.

L'adozione dei prodotti tipici e tradizionali all'interno dei menù dovrà diventare un elemento qualificante sia nell'attribuzione dei punteggi in fase di gara sia per la diffusione della conoscenza di una corretta identità culturale legata al territorio.

Questo messaggio sembra essere stato colto da un importante istituto di credito locale, il quale, al termine del convegno di presentazione del progetto DES, ha immediatamente preso contatti con la cooperativa Il Sentiero, offrendo loro la possibilità di gestire la mensa aziendale. Questa scelta è scaturita dalla volontà di accrescere l'identità culturale valtellinese nei propri dipendenti e di favorire l'utilizzo dei prodotti tipici della filiera locale. ●



SOMMARIO BUONE PRASSI

SCHEDA
1

Corsi di educazione alimentare

Abbiamo preso i contatti con i Dirigenti Scolastici e i docenti referenti degli Istituti alberghieri e agrario della provincia di Sondrio per sondare l'interesse ad approfondire la tematica della cultura enogastronomica legata al nostro territorio. Considerati i riscontri positivi abbiamo organizzato e realizzato 18 incontri formativi rivolti agli studenti. Ogni laboratorio è stato suddiviso in due moduli, della durata di due ore ciascuno, in cui si sono trattati i seguenti temi:

Primo modulo

- Il Gal Valtellina e il progetto di cooperazione DES
- Le certificazioni dei prodotti (DOP, IGP) e i prodotti tradizionali
- Approfondimento sui vini del territorio e le Denominazioni nazionali, accenno ai vini lombardi

Secondo modulo

- I prodotti tradizionali: quali sono e come si ottiene la denominazione
- La scheda di prodotto per l'inserimento nell'elenco regionale
- Laboratorio pratico di gruppo: descrizione di un prodotto tradizionale, attraverso la compilazione semplificata della scheda prodotto
- Condivisione delle proposte emerse
- Sintesi delle competenze acquisite

Di seguito riportiamo il calendario degli incontri, tenuti dal personale del Gal Valtellina:

DES LOMBARDIA				
Progetto "Un territorio che nutre"				
Attività di formazione presso le scuole				
ISTITUTO	COMUNE	CLASSI COINVOLTE	DATA	TOT ORE
Istituto di istruzione superiore "Crotto Caurga"	Chiavenna	2° A, 2° B e 2° C	7-14 novembre 2013	12
Istituto Professionale Statale per i servizi alberghieri e della ristorazione "Dante Zappa"	Bormio	3° Enogastronomia e 3° Sala	10-17 dicembre 2013	8
Istituto Professionale Statale per i servizi alberghieri e della ristorazione "Dante Zappa"	Bormio	3° Accoglienza, 4° Enogastronomia e 4° Sala	11-18 dicembre 2013	12
Polo Formazione Professionale - Azienda speciale della Provincia di Sondrio	Sondrio	2° Cucina e 2° Sala	2-16 dicembre 2013	8
Polo Formazione Professionale - Azienda speciale della Provincia di Sondrio	Sondrio	1° Cucina e 1° Sala	21-28 novembre 2013	8
Polo Formazione Professionale - Azienda speciale della Provincia di Sondrio	Sondrio	3° Cucina, 3° Sala e 4° Gastronomia	13-20 novembre 2013	8
Polo Formazione Professionale - Azienda speciale della Provincia di Sondrio	Sede di Sondalo	1°, 2°, e 3° Cucina e Sala	4-11 dicembre 2013	12
TOTALE ORE DI ATTIVITÀ				68

Gli studenti si sono dimostrati particolarmente attenti sulle procedure di riconoscimento delle certificazioni, pur avendo, a livello pratico, delle difficoltà nell'individuare i prodotti locali a denominazione. Molto interessante l'attività di gruppo, in cui sono emerse diverse ricette legate alla tradizione del luogo, che gli studenti hanno descritto riportando l'esperienza delle proprie famiglie.

Focus sul territorio GAL Valtellina

GAL VALTELLINA

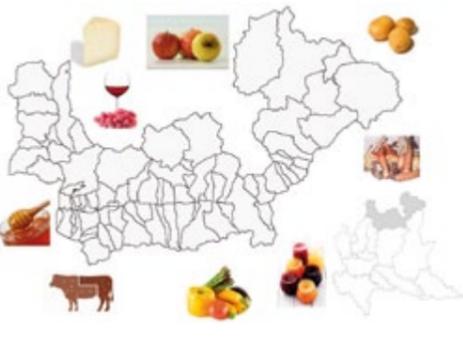
L'analisi dei dati del VI Censimento Generale dell'Agricoltura evidenzia, per quanto riguarda il territorio del Gal Valtellina, un sistema agricolo particolarmente complesso fortemente condizionato dalle caratteristiche orografiche dell'area. Le oltre 4.000 imprese presenti sul territorio si trovano ad affrontare, infatti, problematiche diversificate in relazione alla localizzazione, a tal riguardo, in particolare, si sottolinea come le aree marginali della media e alta montagna così importanti da un punto di vista ambientale e paesaggistico si trovano ad affrontare costi di produzione elevati e difficilmente comprimibili. Tra le principali produzioni vegetali troviamo i fruttiferi, in particolare mele, la vite e i cereali. Per quanto riguarda la zootecnia, oltre il 60% è rappresentata dall'allevamento bovino a cui segue quello avicolo; ridotta l'incidenza di altre tipologie di allevamento (equino, caprino, ovino e suino).

L'indagine diretta ha evidenziato una buona sensibilità delle imprese ai temi della cooperazione per lo sviluppo locale. Delle 38 aziende che hanno partecipato alla rilevazione dei dati tramite questionario, 22 si sono dichiarate interessate ad un'eventuale sviluppo di azioni comuni nell'ambito del progetto DES Lombardia. Tra i dati più significativi raccolti troviamo quelli relativi all'età media dei conduttori, che si attesta a 43 anni (la più bassa tra quelle rilevate nei diversi territori) e un buon livello di formazione a cui si associa una propensione alla partecipazione ad ulteriori specifici corsi di formazione professionale. Buona anche la presenza di donne impiegate a diverso titolo in azienda. Dalle caratteristiche relative alle strutture analizzate è emersa un'elevata dinamicità e predisposizione all'innovazione come dimostrano i dati relativi al numero di interventi innovativi effettuati dalle imprese intervistate (30 aziende su 36 hanno apportato negli ultimi cinque anni innovazioni, per una media di interventi innovativi ad azienda superiore a 5).

Per quanto riguarda i prodotti potenzialmente disponibili per azioni promosse nell'ambito del progetto DES Lombardia (Fig.1), si evidenzia, innanzitutto, una buona disponibilità di prodotti sia in termini quantitativi sia per quanto riguarda la varietà. Tra i prodotti di origine vegetale troviamo una più che abbondante disponibilità di mele e di vino; quantitativi più contenuti per ortaggi, patate oltre che marmellate e succhi. Per i prodotti di origine animale, le quantità maggiori riguardano i prodotti lattiero-caseari, la carne bovina, i salumi e il miele e suoi derivati.

L'analisi delle diverse forme di domanda aggregata potenzialmente interessanti per lo sviluppo di nuove forme di filiera corta locale, ha messo in luce una forte presenza sul territorio di strutture di ristorazione collettiva. Nei 78 comuni del Gal sono presenti 181 realtà di questa tipologia di ristorazione, 152 relative alla ristorazione scolastica, 28 a strutture residenziali per anziani e una di tipo ospedaliero. I pasti veicolati annualmente sono oltre quattro milioni. La presenza di tali strutture rappresenta senza dubbio un'importante forma di domanda potenziale per i prodotti agroalimentari locali, nonostante

Fig. 1 - I prodotti del territorio per il progetto DES Lombardia
Fonte: elaborazione DEMM su dati indagine



GAL VALTELLINA

le difficoltà connesse ad una ristorazione complessa come può essere quella collettiva (Tab. 1 e Tab. 2).

I punti di forza evidenziati dall'analisi SWOT effettuata (Tab. 3), sono senza dubbio la buona varietà di prodotti disponibili a progetti di sviluppo delle nuove forme di filiera corta locale e i relativi quantitativi, la dinamicità delle imprese coinvolte e la loro predisposizione all'innovazione e la presenza di una ristorazione collettiva di dimensioni rilevanti. Tuttavia, queste strutture appaiono tra loro estremamente eterogenee; si passa, infatti, da realtà tipiche della ristorazione dai grandi numeri come quella della struttura ospedaliera presente (1.500.000 pasti annui) a realtà di dimensioni decisamente più contenute tipiche della ristorazione scolastica. Questa variabilità potrebbe rappresentare un punto di debolezza poiché potenzialmente in grado di generare confusione a livello di pianificazione di azioni specifiche. Ulteriore elemento di debolezza è rappresentato dalle dimensioni territoriali del Gal che potrebbero determinare difficoltà di coordinamento tra i diversi stakeholders presenti sul territorio.

Tra le opportunità riscontrate c'è senza dubbio da registrare l'interesse che i diversi attori territoriali, sia pubblici che privati, hanno dimostrato nei confronti del progetto. Inoltre si segnalano possibili sinergie con alcuni consorzi di produttori presenti sul territorio (ad esempio le mele) in grado di assicurare le necessarie garanzie in termini quantitativi e qualitativi per la pianificazione di forniture connesse con la ristorazione collettiva. Come già richiamato precedentemente, possibili benefici potrebbero derivare dallo sviluppo di nuove politiche ed in particolare dalla nuova Pac, maggiormente orientata verso una maggiore attenzione al territorio e all'ambiente, e che sembrerebbe individuare proprio nel sostegno dei sistemi agricoli locali uno degli elementi innovativi della nuova programmazione.

Le possibili minacce allo sviluppo di sinergie tra ristorazione collettiva e agricoltura locale sono rappresentate principalmente dalla possibile concorrenza con filiere particolarmente strutturate e orientate verso altri mercati, dal prezzo di alcuni prodotti del territorio a più elevato valore aggiunto che difficilmente potrà incontrare la esigenze delle imprese della ristorazione collettiva alle prese con seri problemi per quanto riguarda i costi in generale e, più nello specifico, il food cost.

In conclusione, il Gal Valtellina sembra possedere le caratteristiche adatte per poter promuovere un dialogo tra il settore agricolo e quello della ristorazione collettiva al fine di creare possibilità nuove di crescita dell'economia locale in un approccio di cooperazione tra i diversi attori territoriali. ●

Tab. 1 - Il Territorio
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

GAL VALTELLINA	
N° Comuni	78
Popolazione residente (Istat, 2010)	183.169
Superficie Km ²	3.212
N° Strutture ristorazione collettiva	181

Tab. 2 - La ristorazione collettiva
Fonte: elaborazioni DEMM su dati Bioregione

	N° STRUTTURE	N° PASTI
Scuole	152	1.324.896
Ospedali	1	1.522.978
Residenze sociali per anziani	28	1.200.664
Totale	181	4.048.539

Tab. 3 - Elementi strategici per lo sviluppo di una filiera corta locale

Punti di Forza		Punti di Debolezza	
+	Buona disponibilità di prodotti	-	Elevata eterogeneità delle strutture di ristorazione collettiva
+	Aziende interessate e innovative	-	Dimensione del territorio
+	Elevata domanda ristorazione collettiva		
Opportunità		Minacce	
+	Interesse da parte di attori pubblici e privati	-	Presenza di filiere strutturate
+	Possibili sinergie con consorzi presenti sul territorio	-	Prodotti ad elevato valore aggiunto
+	Nuove politiche	-	Prezzi dei prodotti agroalimentari

Le attività comuni del progetto DES Galleria fotografica





Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali
PSR 2007-2013 Direzione Generale Agricoltura



DES LOMBARDIA

Distretto di Economia Solidale

c/o GAL Oltrepò mantovano | piazza Pio Semeghini, 1 | 46020 Quistello (Mn)

www.deslombardia.it

info@deslombardia.it | tel. 348 4591055

INIZIO



INDICE

