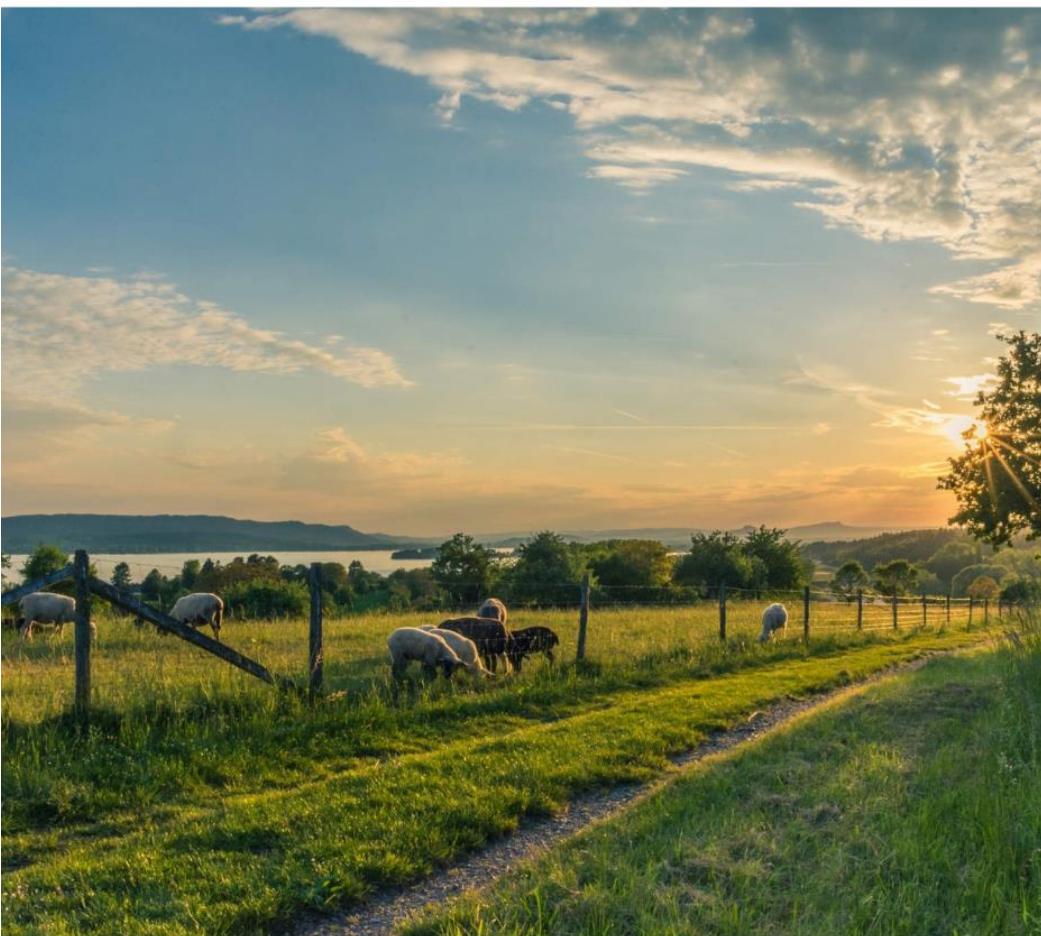




Funded by
the European Union



LIBRO BIANCO

— “ —

OnFarm - sulle filiere corte
con un focus sulla situazione
in Italia

— ” —

On-Farm: agricoltura, produzione alimentare e trasformazione alimentare con valore aggiunto per le piccole e medie aziende locali

Le filiere alimentari corte come opportunità per le aziende agricole piccole e familiari?

Attualmente, le grandi catene di approvvigionamento alimentare gestiscono la maggior parte delle vendite alimentari. Tuttavia, i sistemi alternativi di produzione e distribuzione alimentare si concentrano sul cibo prodotto e venduto localmente, che ha ricevuto grande attenzione negli ultimi due decenni, e sulle filiere corte di approvvigionamento alimentare (FCAA). Le FCAA non hanno un'unica definizione. Le filiere corte sono definite dal numero di attori coinvolti nella catena alimentare piuttosto che dalle 'migliaia alimentari', ovvero dalle distanze percorse dal cibo. Una definizione data dalla Commissione Europea è "Una filiera che coinvolge un numero limitato di operatori economici, impegnati nella cooperazione, nello sviluppo economico locale e nelle strette relazioni geografiche e sociali tra produttori, trasformatori e consumatori". Il sistema più antico è ancora rappresentato dai mercati locali o di prossimità, ma vengono utilizzati anche altri mezzi come la vendita diretta nei negozi, la vendita in azienda, le cooperative di consumo, le consegne a domicilio, la vendita online. Le piattaforme e i siti web sono oggi la principale risposta del settore agricolo e delle industrie alimentari, generalmente di natura locale e con produzioni artigianali, per avvicinare la propria offerta ai consumatori.

Le sfide di questi nuovi sistemi rappresentano una forte concorrenza di mercato, alti costi di distribuzione e logistica, piccole dimensioni delle spedizioni e così via. Pertanto, gli FCAA richiedono soluzioni corrispondenti nella distribuzione alimentare che siano allineate con le tendenze logistiche contemporanee, la sostenibilità e gli aspetti della nuova era digitale. Inoltre, le piccole e medie aziende dipendono dalla creazione di valore della loro azienda e non possono beneficiare delle economie di scala nella stessa misura delle grandi aziende.

Scopo, scopo e struttura del white paper

Il white paper è una relazione e una guida che informa i lettori in modo conciso sulle filiere corte di approvvigionamento alimentare e sulla sua complessa articolazione, presentando la filosofia di On Farm sull'argomento. Il white paper combina la conoscenza degli esperti e la ricerca in un documento che argomenta soluzioni o raccomandazioni specifiche. Il white paper consente al lettore di comprendere il problema, lo supporta nella ricerca di soluzione e nell'assumere decisioni.

Il white paper di ON FARM si pone come obiettivo principale quello di analizzare la situazione attuale delle filiere alimentari corte e delle strategie di produzione dal campo alla tavola in agricoltura nei paesi partner. Un'attenzione particolare è rivolta alla rispettiva legislazione, ai regolamenti governativi e al sostegno del governo ai produttori. Il documento informerà sulle sfide attuali e sulla necessità di sostenere la trasformazione in azienda e le strategie dal campo alla tavola in Europa. I gruppi target primari sono gli agricoltori e i produttori di prodotti agroalimentari. Inoltre, il libro bianco informa anche il pubblico più ampio, le parti interessate e i responsabili politici.

Il libro bianco è strutturato come segue: in primo luogo, vengono introdotte politiche dell'UE pertinenti come il Green Deal dell'UE, la strategia dal campo alla tavola e la politica agricola comune, approfondendo l'importanza e la pertinenza di queste politiche dell'UE. Seguono i capitoli specifici per paese sull'istituzione e la situazione delle filiere alimentari corte e le normative locali. Vengono poi illustrate/discusse le considerazioni riguardanti l'attuazione delle Filiere Alimentari Corte e le attività di

supporto a tal fine. Infine, per poi arrivare a formulare le considerazioni conclusive e fornire input sugli ulteriori sviluppi e risultati del progetto ONFARM.

Strategie dell'UE per le filiere alimentari corte

Il settore agricolo dell'UE

In Europa c'erano 10,5 milioni di aziende agricole nel 2016. La stragrande maggioranza di queste (95,2%) è classificata come aziende a conduzione familiare. Secondo il COPA COGECA la dimensione media di un'azienda agricola in Europa è di 16 ettari. La copertura del suolo agricolo rappresenta il 48 % del territorio dell'UE e le aziende agricole a conduzione familiare rappresentano il 67 % di questo. Un'azienda a conduzione familiare professionale è considerata tra i 5 ei 250 ettari. La metà delle risorse economiche generate dalle aziende agricole in Europa proviene dai raccolti, il 40% dal bestiame e il resto dalle attività secondarie. La produttività delle aziende agricole è in costante aumento (+109,5% dal 2005 al 2017). Il valore prodotto dalle aziende agricole nel 2017 è di 427 miliardi di euro, rendendo l'Europa la più grande potenza agricola del mondo. Le importazioni e le esportazioni agricole da sole rappresentano 1/3 del commercio dell'UE con il mondo.

Il settore agricolo sta affrontando una serie di problemi. In primo luogo, una crisi demografica con solo il 5,6% di giovani agricoltori (sotto i 35 anni) contro il 31% di età superiore ai 65 anni. Inoltre, gravi sfide ambientali stanno colpendo il settore e gli agricoltori devono adattarsi ai cambiamenti climatici.

Filiere alimentari corte, piccole aziende agricole familiari e reti alimentari alternative nell'UE

C'è un ruolo crescente della rete alimentare alternativa per rispondere alla domanda del mercato. Tuttavia, anche se è un sistema in crescita, rimane marginale. In media, circa il 15 % delle aziende agricole dell'UE vende più della metà della propria produzione direttamente ai consumatori. Tuttavia, si tratta principalmente di piccole aziende agricole, con solo il 3 % delle aziende che superano i 100 ettari, che vendono più della metà della loro produzione direttamente ai consumatori (filiera corte e sistemi alimentari locali nel briefing dell'UE del Servizio di ricerca parlamentare). C'è anche una grande differenza a seconda del paese. È importante sottolineare che la filiera corta non è presente solo nelle

ONFARM “Agricoltura, produzione alimentare e trasformazione alimentare con valore aggiunto per i piccoli e medi agricoltori locali” è un progetto Erasmus+ che mira a formare agricoltori con abilità e competenze per avviare processi produttivi in azienda, raggiungere un pubblico più ampio di clienti e creare valore aggiunto per i loro prodotti. Il progetto vuole supportare lo sviluppo delle filiere alimentari corte e portare avanti la European Farm to Fork Strategy, presentata dalla Commissione Europea nel 2020 nell'ambito del Green Deal dell'UE.

Il progetto (2021-2023) è coordinato dall'Associazione dell'agricoltura privata della Repubblica Ceca (ASZ) e realizzato insieme a cinque partner: The European Council of Young Farmers (CEJA) con sede in Belgio, Confederazione Italiana Agricoltori Toscana (CIA) dall'Italia, Institut für Ländliche Struktur Forschung dalla Germania (IfLS), On Projects Advising (OnP) dalla Spagna e Stichting Slow Food Youth Network (SFYN) dai Paesi Bassi. Oltre a questo white paper, la partnership svilupperà casi di studio, una serie di podcast e materiali di formazione online. Questi materiali saranno presentati agli agricoltori e alle parti interessate in una serie di eventi a livello europeo e nazionale. Puoi trovare tutti i materiali e ulteriori informazioni su www.onfarm.eu

zone rurali. Reti alimentari alternative si stanno realizzando anche nelle aree urbane con produzione alimentare urbana. Anche iniziative come orti comunitari o produzione su tetto sono considerate filiere corte per l'area urbana. Le filiere corte stanno rispondendo all'esigenza dei consumatori di riconnettersi con il proprio cibo. Il cibo proveniente da questi sistemi alternativi è considerato più fresco, più sano e più sostenibile. Tuttavia, queste convinzioni comuni devono essere prese con cautela, poiché esiste un dibattito accademico per affermare quale modello sia il più sostenibile. La sostenibilità è specifica del contesto e in alcuni casi le catene di approvvigionamento corte possono essere il sistema più sostenibile.

Quali sono le attuali politiche europee in agricoltura e come supportano le filiere alimentari corte, le piccole aziende agricole familiari e le reti alimentari alternative?

Non esiste una politica che supporti specificamente le filiere corte. La politica, che plasma le regole della produzione alimentare, è la Politica Agricola Comune (PAC). Alcune misure della PAC sono considerate discriminatorie per i piccoli agricoltori e le aziende a conduzione familiare, in particolare i pagamenti basati sull'ettaro che sostengono gli agricoltori più grandi. Tuttavia, con la nuova PAC (2023/2027) e la strategia Farm to Fork, sembra che la Commissione stia cercando di fornire una cassetta degli attrezzi di cui ogni agricoltore può beneficiare. La strategia Farm to Fork è il primo tentativo della Commissione Europea di guardare alla produzione a livello di filiera (per maggiori dettagli controlla il box di approfondimento qui sotto). All'interno di questa nuova PAC ci sono obiettivi chiari nel regolamento per rafforzare la produzione dei piccoli agricoltori e le filiere corte. Per rendere più equi i pagamenti diretti, la Commissione ha adottato regimi di redistribuzione dai grandi ai piccoli agricoltori. Con i Piani strategici nazionali, attualmente in fase di valutazione, la Commissione fornisce strumenti che gli Stati membri dovrebbero utilizzare per soddisfare le esigenze specifiche dei loro agricoltori.

Oltre ai pagamenti diretti, ci sono altre misure concrete, che mirano a sostenere i mercati piccoli e locali nell'ambito del secondo pilastro della PAC.

1. **Servizi di consulenza** : per supportare gli agricoltori nello sviluppo di filiere corte;
2. **Gruppi operativi** : per consentire la condivisione di buone pratiche. Un gruppo è stato dedicato alla filiera corta a livello dell'UE, ma esiste la possibilità di svilupparli a livello nazionale, regionale, locale;
3. Possibilità per gli agricoltori di accedere a **regimi di qualità** : sostenere gli agricoltori nella loro procedura amministrativa per accedere alle catene di qualità (es. etichetta di origine);
4. **Sostegno alla cooperazione** : questa misura facilita la cooperazione orizzontale e verticale tra gli attori della filiera e i mercati locali;
5. **Fondi di investimento** : attraverso il secondo pilastro ci sono fondi mirati per gli agricoltori per trasformare i prodotti in azienda e vendere a livello locale.
6. **Filiere corte in Italia**

Zoom: in che modo la strategia Farm to Fork può supportare le filiere alimentari corte e le reti alimentari alternative?

Nella Comunicazione della Commissione Europea (maggio 2020) "Una strategia dal produttore alla tavola per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente", al centro del Green Deal europeo, la Commissione Europea menziona la necessità di rafforzare la resilienza del cibo locale sistemi e creare filiere alimentari più brevi.

Entro la fine di dicembre 2023, la Commissione Europea presenterà al Parlamento Europeo e al Consiglio Europeo "The future Framework Law on Sustainable Food Systems" - l'iniziativa orizzontale del Farm to Fork. L'obiettivo di questo nuovo framework è quello di consentire a tutti gli attori della filiera alimentare di unirsi e contribuire al sistema alimentare in modo sostenibile, considerando l'aspetto sociale, economico e ambientale della sostenibilità. La Commissione mira a rafforzare le iniziative locali e ad adottare un approccio dal basso verso l'alto. La Commissione Europea sta esplorando la possibilità di rafforzare nuovi meccanismi di governance alimentare a livello europeo, nazionale e locale. A livello locale, possono assumere la forma di consigli alimentari che riuniscono tutti gli attori dei sistemi alimentari (compresi agricoltori, consumatori), lavorando insieme verso sistemi alimentari più sostenibili.

Inoltre, la Commissione Europea sta rivedendo i criteri di approvvigionamento alimentare negli spazi pubblici, introducendo criteri più sostenibili. Il quadro legislativo derivante dalla strategia Farm to Fork incentiverà gli appalti pubblici sostenibili e, indirettamente, l'approvvigionamento di cibo da filiere corte. Per il momento, queste misure sono volontarie, ma renderle obbligatorie rafforzerebbe le filiere corte senza distorcere il mercato comune. Ora spetta agli Stati membri attuare queste misure.

La filiera corta è ben sviluppata in Italia (soprattutto in Toscana) ed è in continuo aumento. I risultati di una ricerca del Nielsen Institute (pubblicata nel 2020 dal quotidiano economico IL SOLE 24 ORE) mostra questo progresso: gli agricoltori che adottano la vendita diretta sono aumentati di circa il 21,7% nel 2020 (+5%) rispetto al 2019, con un reddito stimato di 6,5 miliardi di euro. Nell'anno 2020 gli agricoltori coinvolti hanno venduto direttamente l'82% dei loro prodotti.

Sono molte le ragioni che spiegano il buon andamento delle filiere corte in Italia:

- Vantaggi fiscali: le rendite agricole sostenute in regime di tassazione agevolata speciale (basata sul valore patrimoniale e non sul reddito diretto). Questo sistema si estende alla vendita diretta dei prodotti in azienda ma anche nei mercati contadini o nei propri negozi;
- Il nostro sistema di allevamento si basa in maggioranza su aziende di piccola o media dimensione, gestite dalla famiglia. Gran parte del nostro territorio è collinare e montano, e non è adatto a produzioni estensive rivolte al mercato globale. La superficie dei nostri poderi è mediamente di 10 ettari. Pertanto l'unica strada da seguire è quella di diversificare e cercare di produrre prodotti di alta qualità e sostenibili (es. olio d'oliva, vino, ortaggi ecc...) , cercando di creare il proprio business attraverso la vendita diretta.
- Considerata questa struttura produttiva e il difficile accesso al mercato delle commodities, la strategia economica degli agricoltori è orientata a migliorare e valorizzare la tipicità dei prodotti territoriali (certificazioni di origine), insieme alla loro qualità e sostenibilità (marchi di qualità, certificazione di prodotti biologici, eccetera).

La filiera corta nel nostro Paese si sviluppa in molteplici forme e modalità. Le principali modalità di vendita diretta sono i mercati contadini e i punti vendita all'interno delle aziende agricole.

Un altro canale di vendita tradizionale sono le fiere incentrate sui prodotti locali (es. fiere del tartufo, mostre dei vini, ecc...)

Ma negli ultimi anni sono state incrementate altre forme di valorizzazione e vendita:

Ristorazione : crescono gli agro-ristoranti, a base di prodotti delle aziende, soprattutto negli agriturismi; recentemente si sono sviluppate aziende di agri-ristorative gestite da agricoltori;

Negozi : sono in aumento i negozi gestiti dai contadini, soprattutto nelle città e in luoghi turistici famosi per prodotti specifici e tipici;

Gruppi di acquisto : recentemente alcuni cittadini hanno creato gruppi che raccolgono richieste di cibo e le acquistano dagli agricoltori, grazie al supporto di Internet. I componenti principali di questi gruppi sono consumatori consapevoli, che vivono nelle città, alla ricerca di prodotti ecologici e freschi. Il gruppo può essere composto da amici o colleghi, alla ricerca di prodotti alimentari per le proprie famiglie: ortaggi freschi, olio d'oliva, miele, vino, altri prodotti trasformati, come formaggi, salumi, ma in alcuni casi anche carni. Per superare il problema della logistica, questo tipo di mercato si basa sulla collaborazione all'interno del gruppo e tra il gruppo e gli agricoltori.

Come detto la maggior parte della vendita diretta si sviluppa nei centri abitati. Ma soprattutto in Toscana ci sono moltissimi borghi storici turistici e piccole cittadine famose per la loro produzione alimentare, in questi si possono trovare molti negozi di contadini che vendono i loro prodotti.

L'ulteriore sviluppo delle filiere corte in Italia richiede il supporto di politiche e strategie specifiche basate su alcuni aspetti principali:

- Favorire l'aggregazione e la cooperazione, realizzando progetti di filiera territoriale che coinvolgono gli agricoltori locali;
- Sostenere la creazione di reti tra agricoltori e consumatori, implementando piattaforme online per la vendita diretta;
- Favorire i sistemi di qualità e tracciabilità, per offrire ai consumatori prodotti garantiti;
- Incrementare i piani di educazione alimentare, a partire dalle scuole, per accrescere la conoscenza e la consapevolezza della popolazione;
- Sostenere la creazione di mercati contadini nei capoluoghi.

Supporto alle filiere corte in Italia

La definizione nazionale dell'applicazione della strategia "Farm to fork" è attualmente in corso in Italia. Il governo è coinvolto nella definizione del Piano strategico nazionale di sviluppo rurale, compresi i principali strumenti e risorse a sostegno dell'FCAA. Comunque in Italia ci sono molti possibili supporti finanziari per attuare la strategia della filiera corta. La maggior parte di questi strumenti di finanziamento è inclusa nel Piano di Sviluppo Rurale cofinanziato dalla Commissione Europea nell'ambito della PAC. Si riportano le principali azioni sviluppate in Toscana, considerando che la gestione dei PSR in Italia per il periodo 2014-2023 è a carico delle Regioni.

Altre iniziative specifiche in questo campo possono essere inserite nei programmi annuali delle locali Camere di Commercio, Artigianato e Agricoltura.

Un importante supporto ai primi coinvolti nel FCAA, viene dato dal tessuto associativo. Le associazioni più attive in questo campo sono:

- Le associazioni di filiera corta costituite all'interno delle principali organizzazioni di agricoltori;
- Le associazioni agrituristiche costituite all'interno delle principali organizzazioni di agricoltori
- Le associazioni degli agricoltori biologici

Lo scopo principale di queste associazioni è quello di promuovere i mercati contadini aggregando gli agricoltori associati, fornendo loro supporto per la ricerca degli spazi, anche attraverso i rapporti con le amministrazioni locali, e la fornitura di strutture comuni e di tutti i servizi connessi.

Le associazioni prevedono inoltre la realizzazione di portali e altri strumenti di networking volti a favorire e incrementare la vendita diretta.

Tabella 1: Forme di sostegno alle filiere corte in Toscana

MISURARE	DESCRIZIONE	ISTITUZIONE E SCALA
PSR 2014-2023 MISURA 3.1	Questa misura prevede un sostegno finanziario per coprire i costi di partecipazione ai sistemi di qualità e la relativa certificazione	INTERVENTO A SCALA REGIONALE A cura di REGIONE TOSCANA
PSR 2014-2023 MISURA 3.2	Il provvedimento prevede un contributo economico per progetti gestiti da consorzi di tutela o associazioni di produttori, volti a sviluppare iniziative di informazione e promozione dedicate ai prodotti certificati.	
PSR 2014-2023 MISURA 16.4	Si tratta di una speciale misura di cooperazione volta a incoraggiare e finanziare i gruppi di agricoltori per un coinvolgimento comune in progetti finalizzati alla creazione di filiere alimentari corte	
PSR 2014-2023 MISURA 16.2 E GRUPPI OPERATIVI	Esistono misure di cooperazione volte a implementare processi di innovazione nell'attività agricola, grazie alla collaborazione tra agricoltori e ricercatori. Molte iniziative di innovazione riguardano la tracciabilità e la qualità dei processi, insieme alla ricerca di nuove opportunità di vendita diretta.	
PSR 2014-2023 Progetti Integrati di Filiera	C'è un'iniziativa di grande successo volta ad aggregare gli agricoltori, creando progetti finalizzati all'accorciamento della filiera alimentare. In questo contesto sono stati sviluppati numerosi progetti che implementano la filiera corta	
PSR 2014-2023 MISURA 2.1	Questa misura prevede un sostegno finanziario agli agricoltori per l'accesso ai servizi di consulenza. L'implementazione di FCAA è inclusa all'interno dei possibili temi oggetto del supporto tecnico	

Conclusione

Il settore agricolo ma soprattutto le piccole aziende agricole a conduzione familiare sono sotto pressione. Le forze di mercato e le sfide ambientali da un lato e le mutevoli aspettative sociali nei confronti del settore agricolo portano le filiere alimentari corte al centro della produzione e del consumo alimentare sostenibili. Questo sviluppo è supportato da un'ampia gamma di strategie e

schemi di finanziamento. Tuttavia, a livello nazionale è necessaria una maggiore comunicazione e collaborazione tra i ministeri ed è auspicabile un approccio uniforme. Allo stesso modo, una migliore condivisione dell'esperienza complessiva e una migliore rete possono essere utili. È importante anche una migliore copertura statistica, soprattutto per una migliore pianificazione nella pratica di consulenza (Krauch 2022).

Gli agricoltori si trovano in una situazione unica, con un numero crescente di opportunità di finanziamento, il cambiamento delle abitudini dei consumatori e Internet che fornisce accesso a informazioni e ispirazione. Il primo passo per un agricoltore è un'analisi approfondita del ruolo potenziale dell'azienda in una filiera corta. Il secondo passo è sviluppare una visione realistica dell'azienda e delle sue attività. L'utilizzo delle strutture di supporto esistenti e dei materiali informativi online può essere utile per sviluppare un approccio innovativo. Il terzo passo è l'attuazione del nuovo approccio. L'obiettivo delle filiere alimentari corte è rendere la produzione alimentare più resiliente. Ciò avvantaggia l'agricoltore così come i clienti e contribuisce alla sostenibilità del settore agricolo.

L'intervista all'esperto On Farm sull'implementazione delle Filiere Alimentari Corte

OnFarm: "Come possono gli agricoltori procedere [dai quadri legali come le strategie Farm to Fork] implementando filiere alimentari corte?"

Patrick Burgess: "Non esiste un quadro generale per questo, e dipende in gran parte dalla situazione, ad esempio, dalle dimensioni aziendali, dalle risorse, dal tempo, dalle opportunità di mercato. Anche il concetto di "filiera corta" gioca un ruolo importante: stiamo cercando di creare un approccio 'faccia a faccia' con un'interazione diretta tra produttore e consumatore, o una situazione estesa in cui cerchiamo di fornire informazioni sull'origine, come uno schema di etichettatura?"

Per procedere in una strategia, direi che sono necessarie due cose, la prima è un'autovalutazione delle capacità dell'azienda/delle aziende agricole, dei prodotti e dell'offerta di servizi; la seconda è la decisione sulla quantità di prodotti da vendere attraverso la filiera corta.

Successivamente, il quadro potrebbe essere vantaggioso per l'agricoltore, nel vedere i passaggi per la conversione, e questo potrebbe essere generalizzato o specifico per l'autovalutazione. Il quadro dovrebbe includere anche strumenti decisionali sui mercati ai quali accedere a livello locale ed essere specifico per la struttura della catena di approvvigionamento a cui il produttore vorrebbe puntare.

Oltre ai due passaggi, potrebbe essere creata una rete per supportare la transizione. Si tratterebbe di una rete di stakeholder, diciamo sia partner industriali, altri agricoltori e società intermedie che sono direttamente coinvolte nella filiera, sia partner tecnici o di competenze che vanno dalle banche alle università. Infine, dipende dall'agricoltore. Ci deve essere una spinta al cambiamento, e se non c'è, indipendentemente dal motivo, sarà difficile. "

Caio Dorigon: "Gli agricoltori hanno bisogno del sostegno del governo per aprire nuove filiere alimentari corte e per costruire un rapporto più stretto con i consumatori. Hanno bisogno di un rafforzamento delle capacità e incentivi su queste questioni. Gli chef potrebbero essere un ponte per promuovere i loro prodotti e i consumatori devono essere educati all'importanza del consumo locale ed alla valorizzazione dei prodotti locali".

Valentino Affinita: "Le aziende agricole dovrebbero adottare un approccio agroecologico, attraverso una transizione che trasformi il ruolo dell'agricoltura nella società. Passare dall'agricoltura industriale a un approccio agroecologico implica lo sforzo di riformare il sistema alimentare nel suo complesso: significa scoraggiare la produzione basata sulle monoculture e sostenere un'agricoltura familiare che riduca gli input esterni, rispetti la stagionalità, rigeneri il suolo, rispetti i diritti sociali e si rivolga al territorio mercato. Tale obiettivo viene

raggiunto in primo luogo spostando i fondi pubblici - ad esempio quelli della PAC - dal sistema agroindustriale alla piccola e media produzione e attuando forme di multifunzionalità, sia di natura economica che sociale, in particolare in contesti urbani e periurbani. Per questo non basta la buona volontà dei singoli agricoltori, ma è necessario un processo sistemico che includa la formazione, il sostegno e l'empowerment dei piccoli agricoltori e dei giovani che scelgono di intraprendere questo lavoro”.

OnFarm: “Cosa sono le attività di supporto e il ruolo delle collaborazioni regionali o delle reti alimentari alternative?”

Patrick Burgess: “Penso che gli esempi forniti non risolvano gli aspetti critici, fintanto che le reti sono diverse nella catena di approvvigionamento; la rete dovrebbe essere composta anche da potenziali partner di mercato per aumentare le vendite a livello locale e regionale. C'è anche un ruolo del governo per fornire finanziamenti e supporto iniziale alla rete nella fase di avvio. Potresti anche vedere che molte delle filiere alimentari corte stanno diventando sempre meno faccia a faccia, quindi le piattaforme digitali online sono sempre più popolari e questo potrebbe essere importante per il successo di queste iniziative. Dovrebbe esserci anche un meccanismo di fiducia, che si tratti di un'etichetta o di una tecnologia, è importante sostenere la fiducia nell'agricoltore”.

Caio Dorigon: “Costruire capacità per produttori e consumatori locali sulle reti alimentari alternative, oltre a fornire supporto ai produttori locali per individuare nuovi canali di consumo locali e su come aprirli. È anche importante educare i consumatori e promuovere i prodotti locali, la loro importanza, come possono essere utilizzati a casa e così via”.

Valentino Affinita: “In un contesto sempre più urbanizzato in cui i sistemi alimentari non sono in grado di soddisfare in modo sostenibile la crescente domanda di cibo nelle città, è diventato necessario orientare i modelli agroalimentari verso un nuovo paradigma. Il ruolo delle pubbliche amministrazioni è una chiave importante per favorire dinamiche virtuose: dalle mense scolastiche a quelle ospedaliere, dai mercati rionali ai programmi di sostegno alla povertà alimentare, dalla lotta allo spreco all'assegnazione dei terreni pubblici ai giovani agricoltori, gli enti locali possono dare una direzione di sostenibilità verso la produzione e distribuzione degli alimenti. La rilocalizzazione dei sistemi alimentari deve essere una priorità per le amministrazioni a tutti i livelli, a cominciare da quelle più vicine al territorio. Gli enti locali devono attrezzarsi fin da oggi per far fronte all'afflusso di nuove bocche da sfamare e devono farlo con una politica alimentare sostenibile, che colleghi la città con le sue campagne e i suoi agricoltori. Un'operazione che va costruita partendo dal territorio con le sue specificità, in cui si possono trovare combinazioni molto diverse tra cicli naturali e attività antropiche.

Per questo è necessario attuare azioni volte a rafforzare e supportare le piccole e medie imprese che popolano il settore primario lungo tutte le fasi della filiera, dalla produzione alla commercializzazione, fino alle fasi post-consumo. Per garantire a tutti i cittadini una sana alimentazione e l'accesso ad alimenti di qualità, avendo cura, nel contempo, della tutela delle risorse naturali. È infatti necessario sostenere e valorizzare le buone pratiche delle filiere agroalimentari, avendo in mente di rafforzare i legami economici e sociali con le aree rurali vicine alla metropoli. Ai giovani che cercano uno sbocco in agricoltura devono essere garantiti tutta una serie di ulteriori strumenti di supporto: consulenza tecnica, accesso più agevole ai mezzi di produzione, formazione in agroecologia.

Da questo punto di vista è necessario innovare la formazione in agricoltura, strumento fondamentale per ampliare il numero di persone che possono contribuire al fatturato del settore. All'insegnamento tecnico diventa urgente affiancare percorsi segnati da un approccio non settoriale ma sistemico. Non solo i futuri agricoltori hanno bisogno di una formazione in agroecologia. Chi opera nel sistema dei media o nelle istituzioni nazionali e locali dovrebbe avere accesso a percorsi dedicati, per aggiornare le proprie conoscenze e utilizzare le proprie competenze al servizio della transizione ecologica. È estremamente importante che questi settori chiave del corpo sociale comprendano appieno le cause e le conseguenze della crisi ecologica, al fine di attivare flussi informativi rivolti al grande pubblico o progetti normativi in grado di invertire la tendenza”.

Valentino Affinita è responsabile della campagna di Terra!, un'associazione ambientalista italiana.

Patrick Burgess, è docente di gestione della catena di approvvigionamento alimentare e logistica presso la Aeres University of Applied Sciences di Almere, Paesi Bassi.

**INTERVISTA A ANDREA PAGLIAI – PRESIDENTE DELL’ASSOCIAZIONE “LA SPESA IN CAMPAGNA”
TOSCANA**

1) Quali strategie di sviluppo possono essere adottate per accorciare la filiera e promuovere la filiera corta?

La filiera corta e la vendita diretta sono in forte crescita, ma per poterla sviluppare come modello vincente per la nostra agricoltura, occorre promuovere adeguate strategie. In particolare è necessario lavorare per superare il gap che deriva dalla frammentazione e dalle scarse dimensioni delle nostre imprese. Per fare questo occorre puntare allo sviluppo di punti vendita comuni (farmer markets e botteghe), che consentano di ampliare la gamma dei prodotti e di promuoverli creando ‘panieri’ che offrano ai consumatori una pluralità di prodotti. In questo senso la modifica della Legge nazionale sulla vendita diretta, approvata nel 2019, , che consente agli agricoltori di acquistare prodotti di altri agricoltori e di venderli direttamente può essere di grande aiuto.

2) Quali sono le future opportunità e sfide per le imprese impegnate nei percorsi di filiera corta?

Il consumatore è sempre più attento rispetto ai temi dell’alimentazione e dell’ambiente. Per questo il successo della filiera corta dipenderà, oltre che dagli aspetti già descritti prima, dalla capacità degli agricoltori di puntare su alcuni obiettivi prioritari:

- La qualità e la sostenibilità dei prodotti,
- La comunicazione, intesa come capacità di far comprendere al consumatore la differenza tra un prodotto ‘industriale’ ed un prodotto proveniente direttamente dal campo
- La sensibilizzazione, che deve fornire al consumatore la consapevolezza del valore della filiera corta in termini di qualità dei prodotti e di sostenibilità ambientale dell’ambiente rendere il consumatore partecipe consumatore

In sintesi occorre che il consumatore entri in sintonia con la filosofia complessiva della filiera corta, comprendendone la profonda diversità rispetto al modello tradizionale dei mercati dell’agro-alimentare.

3) Quale sostegno/supporto fornisce e può fornire la vostra istituzione/organizzazione per favorire lo sviluppo della filiera corta?

Il nostro ruolo come associazione di promozione della filiera corta promossa da Cia può essere riassunto in quattro punti:

L’organizzazione pratica della vendita diretta. Questo significa realizzare concretamente mercati e botteghe, occupandosi di aggregare le aziende, cercare gli spazi, discutere con le amministrazioni locali, fissare le regole di gestione dei mercati;

L’attività di comunicazione: attraverso l’organizzazione di convegni, incontri, sensibilizzazione dei consumatori;

Promozione dei prodotti: il nostro sforzo, attraverso il marchio nazionale dei prodotti di “Spesa in Campagna” è quello di promuovere e dare visibilità e riconoscibilità ai prodotti dei nostri associati;

L’educazione alimentare: questo è un aspetto essenziale, occorre partire dalla scuola per far crescere la cultura della filiera corta. Con alcune amministrazioni stiamo realizzando accordi

affinché le mense scolastiche utilizzino i prodotti agricoli locali, accompagnando l'esperienza con una campagna di informazione ed educazione alimentare rivolta ai ragazzi.

Vogliamo che ogni luogo di vendita dei nostri prodotti sia al tempo stesso un luogo di promozione della cultura in grado di trasmettere i valori dell'agricoltura, della sana alimentazione e dell'ambiente.

INTERVISTA A GENNARO GILIBERTI – DIRIGENTE DELLA REGIONE TOSCANA

1) Quali strategie di sviluppo possono essere adottate per accorciare la filiera e promuovere la filiera corta?

Molti agricoltori hanno iniziato negli anni scorsi ad organizzare la vendita diretta dei propri prodotti, anche grazie alla vicinanza con le città ed altre località turistiche. Tuttavia per fare evolvere queste positive esperienze occorre una strategia che consenta di andare oltre rispetto all'iniziativa individuale: la strategia che vogliamo promuovere in Toscana è: AGGREGAZIONE, AGGREGAZIONE, AGGREGAZIONE!

- Aggregazione per accorciare la filiera tradizionale, mettendo gli agricoltori direttamente in contatto con le reti commerciali;
- Aggregazione per promuovere al meglio la certificazione, la tracciabilità e la promozione dei prodotti
- Aggregazione per favorire la nascita e la crescita di punti vendita gestiti dagli agricoltori

2) Quali sono le future opportunità e sfide per le imprese impegnate nei percorsi di filiera corta?

La nuova principale sfida della filiera corta sta nella capacità che dovrà avere il sistema delle imprese agricole di creare una cultura del consumo dei prodotti locali e sostenibili. Voglio fare un esempio, che riguarda la cittadina di Scandicci, vicina a Firenze. Ebbene, l'amministrazione comunale ha voluto che nel contratto per la fornitura dei pasti ai ragazzi delle scuole, fosse inserito uno specifico impegno dei fornitori ad includere percentuali significative di prodotti da agricoltura biologica e di prodotti a denominazione di origine certificata.

In questo modo si contribuisce a costruire la cultura del cibo a filiera corta a partire dai giovani.

3) Quale sostegno/supporto fornisce e può fornire la vostra istituzione/organizzazione per favorire lo sviluppo della filiera corta?

La Regione Toscana, fin dalla programmazione PSR del periodo 2013-2020, ha investito risorse crescenti in questo campo: la Regione Toscana è stata la prima ad attivare i progetti integrati di filiera, nati proprio con la finalità di diminuire i passaggi attraverso la filiera ed aumentare la quota di valore aggiunto degli agricoltori. Vi sono state poi iniziative rivolte più direttamente rivolte al sostegno finanziario della vendita diretta. Inoltre la nostra Regione ha finanziato con il PSR la promozione dei marchi di origine e di qualità, il sostegno all'agricoltura biologica, la promozione dell'agriturismo, nonché attività di cooperazione, di formazione, informazione e consulenza; tutte iniziative che vanno in questa direzione. Con la prossima programmazione

per lo sviluppo rurale 2023-2027, che mette al centro la strategia “Farm to Fork”, questa strategia dovrebbe essere ulteriormente rafforzata. Noi siamo pronti, anche forti delle precedenti esperienze.

INTERVISTA A MARINA LAURI – DIRIGENTE TOSCANA DI ANCI – ASSOCIAZIONE NAZIONALE COMUNI ITALIANI

1) Quali strategie di sviluppo possono essere adottate per accorciare la filiera e promuovere la filiera corta?

Per promuovere una strategia di sviluppo della filiera corta efficace, occorre innanzitutto un approccio ‘Bottom up’ con il pieno coinvolgimento di tutti i soggetti operanti nei territori rurali. Realizzare progetti condivisi di valorizzazione dei prodotti locali consente significa costruire una cultura del cibo locale in grado di influenzare tutte le politiche locali, partendo ovviamente da quelle agricole: da quelle ambientali a quelle sanitarie; dalle politiche educative a quelle turistiche. Proprio per mettere in pratica questo approccio, in questi anni come ANCI Toscana abbiamo promosso il ‘Tavolo del cibo’, un gruppo di lavoro che mette insieme i Comuni, le associazioni agricole, al mondo degli esperti e della ricerca, e tutti i soggetti interessati a promuovere una nuova cultura del cibo.

2) Quali sono le future opportunità e sfide per le imprese impegnate nei percorsi di filiera corta?

La strategia che abbiamo descritto, richiede che tutti i soggetti impegnati a promuovere la filiera corta svolgano il proprio ruolo ed assumano impegni precisi. Per poter costruire un sistema di valorizzazione e di offerta di prodotti locali, occorre innanzitutto partire da prodotti che diano garanzie in termini di certezza dell’origine, di qualità e di sostenibilità. In questo senso è importante continuare a promuovere tutte le forme di certificazione dei prodotti e dei processi che contribuiscono ad offrire una corretta informazione ai consumatori su questi aspetti.

3) Quale sostegno/supporto fornisce e può fornire la vostra istituzione/organizzazione per favorire lo sviluppo della filiera corta?

ANCI Toscana è da anni protagonista nella promozione della filiera corta. I cardini dell’azione di ANCI Toscana sono:

- Integrazione le politiche del cibo all’interno delle politiche di sviluppo riguardanti il territorio, l’ambiente, la scuola, il turismo, ecc..
- Sostegno dei percorsi di valorizzazione dei prodotti locali
- Sostegno alle iniziative finalizzate a creare nuove opportunità commerciali per i prodotti locali

Facciamo alcuni esempi concreti per spiegare meglio quello che facciamo:

- Grazie al ‘tavolo del cibo’ stiamo promovendo in molti Comuni accordi per la fornitura di prodotti locali alle mense scolastiche;
- I Comuni sono parte attiva nel sostenere il riconoscimento e la certificazione di origine e di qualità dei prodotti locali;

- Inoltre ANCI Toscana promuove ogni anno campagne informative e promozionali finalizzate a far conoscere ed a valorizzare i prodotti locali.

Tutto questo grazie ad un rapporto di costante collaborazione con le organizzazioni degli agricoltori, che rappresentano un partner fondamentale di ogni nostra iniziativa in questo settore.

Il Team



**Association of Private Farming
of the Czech Republic**
Repubblica Ceca
www.asz.cz



**Conseil Européen des Jeunes
Agriculteurs**
Belgio
www.ceja.eu



**Confederazione Italiana
Agricoltori Toscana**
Italia
www.ciatoscana.it



**Institut für Ländliche
Strukturforchung**
Germania
www.ifls.de



On Projects Advising
Spagna
www.onprojects.es



**Stichting Slow Food Youth
Network**
Paesi Bassi
www.slowfoodyouthnetwork.eu

Fonti

- **Agrárníkomora (2022):** Poradenství . Online <http://www.akcr.cz/info/poradenstvi/> (4 aprile 2022).
- **ASZ ČR (2022):** Poradenství . Online <https://www.asz.cz/poradenstvi/> (4 aprile 2022).
- Candel , Jeroen ; Professore associato, Università e ricerca di Wageningen .
- COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI Una strategia Farm to Fork per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, maggio 2020. Disponibile qui: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:ea0f9f73-9ab2-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF.
- **CVVM (2021a):** Česká veřejnost o samozásobení a zahradničení – Potraviny 2021. Online <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/ostatni/ostatni-ruzne/5511-ceska-verejnost-o-samozasobitelstvi-a-zahradniceni-potraviny-2021> (22 marzo 2022).
- **CVVM (2021 b):** Plýtvání potravinami , nákupní a spotřební chování českých domácností – Potraviny 2021. Online <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/ostatni/ostatni-ruzne/5499-plytvani-potravinami-nakupni-a-spotrebni-chovani-ceskych-domacnosti-potraviny-2021> (22 marzo 2022).
- **CZSO (2021):** Spese per consumi delle famiglie – 2020. Online <https://www.czso.cz/csu/czso/household-consumption-expenditures-2020> (21 marzo 2022).
- Di Rubbo, Pasquale ; Analista politico presso la Commissione Europea (DG AGRI).
- **DUŽÍ, B. (2022):** Výzkum ukázal , že se české domácnosti v důsledku pandemie více spoléhají na místní zdroje . Selská rivista, 12 (2), pp.26-28.
- EKOALDE: <https://www.ekoalde.org/es>.
- EUR-Lex - 32013R1305 - IT - EUR-Lex (europa.eu).
- **COPA COGECA:** European Farming, Online: 24/03/22: <https://www.copa-cogeca.eu/EUROPEANFARMING>.
- **Eurostat (2022):** reddito medio e mediano per tipo di famiglia – indagini EU-SLIC ed ECHP. Online https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ilc_di04 (28 marzo 2022).
- **HRUŠKA, V. et al. (2020):** Evoluzione di reti alimentari alternative in una vecchia regione industriale della Cechia . Erdkunde , 74 (2), pp. 143-159.
- **Liberecký kraj (2022):** Životní prostředí e zemědělství . 8.3 Podpora zemědělství , včelařství a lokální produkce . Online <https://dotace.kraj-lbc.cz/zivotni-prostredi-a-zemedelstvi/8-3-podpora-zemedelstvi-vcelarstvi-a-lokalni-produkce-d453672.htm> (31 marzo 2022).
- **MATTHEWS, A. (2021):** Confronti tra aziende agricole e non. Capreform.eu. Online <http://capreform.eu/farm-and-non-farm-income-comparisons/> (28 marzo 2022).
- **MZe (2022):** Kaldnárakci . Online <https://eagri.cz/public/web/mze/kalendar-akci/?date=2022-4&root=73680&type=ActionData%2CGrantAppealData> (4 aprile 2022).
- **Nielsen Admosphere (2021):** Výzkum : pro potraviny chodíme nejradši do supermarketu , 9 z 10 Čechů zájímá zeměpůvod produktů . Online <https://www.nielsen-admosphere.cz/news/vyzkum-pro-potraviny-chodime-nejradsi-do-supermarketu-9-z-10-zechu-zajima-zeme-puvodu-produktu> (21 marzo 2022).
- Panter , Yael; Assessore alle politiche, Slow Food.
- **PGRLF (2022):** PGRLF. Online <https://www.pgRLF.cz/> (4 aprile 2022).
- Filieri corte di approvvigionamento alimentare e sistemi alimentari locali nel briefing dell'UE, Servizio di ricerca del Parlamento europeo, settembre 2016: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI\(2016\)586650_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf) .

- **ŠTIFOVÁ, J. (2021):** Motivazioni di autoapprovvigionamento alimentare riviste: orti domestici cechi e loro produzione. *Geografie*, 126 (2), pp. 149–167.
- Guida strategica filiere alimentari corte, progetto di ricerca Strength2Food, 2021. Disponibile qui: STF_3 SUSTAINABLE_MASTER.indd (strength2food.eu) _
- Indagine sui fabbisogni finanziari e sull'accesso ai finanziamenti delle imprese agricole dell'UE, FICOMPASS, 2019. Disponibile qui: Indagine sui fabbisogni finanziari e sull'accesso ai finanziamenti delle imprese agricole dell'UE | bussola fi.
- **SZIF (2022):** 13. Podporazpracování zemědělských produktů . Online <https://www.szif.cz/cs/nd-dotacni-programy-13> (4 aprile 2022).
- **Unione Europea (2013):** Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 dicembre 2013, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio: EUR- Lex - 32013R1305 - IT - EUR-Lex (europa.eu).
- **Dipartimento dell'agricoltura degli Stati Uniti (2021):** dove vanno i dollari alimentari americani?. Online <https://www.usda.gov/media/blog/2019/05/14/where-do-americans-food-dollars-go> (22 marzo 2022).
- **Dipartimento dell'agricoltura degli Stati Uniti (2017):** le aziende agricole che vendono direttamente ai consumatori possono rimanere in attività più a lungo. Online <https://www.usda.gov/media/blog/2016/04/28/farms-sell-directly-consumers-may-stay-business-longer> (22 marzo 2022).
- **Zemědělský svaz ČR (2022):** Webináře . Online <https://www.zscr.cz/onas/video/webinare-1588> (4 aprile 2022).