

WORKSHOP «ESPERIENZE DI VALORIZZAZIONE DELL'AGROBIODIVERSITÀ IN EUROPA»

Sintesi dal gruppo di lavoro IV

«I sistemi di distribuzione»

9-10 Novembre 2017

Criticità

1. Difficoltà a soddisfare una domanda crescente mantenendo un'agricoltura non industriale
2. Dualismo tra reti informali e sistema più convenzionale che tende naturalmente alla standardizzazione
3. Rischio di perdita del legame tra agrobiodiversità e pratiche agricole sostenibili, soprattutto nel passaggio dalla nicchia al convenzionale
4. Difficoltà a «uscire dalla nicchia»: forme organizzative e di mercato adatte a scalare?
5. Difficoltà per il sistema convenzionale a reperire materia prima e a garantire la continuità dell'approvvigionamento: dimensioni aziendali e capacità produttive ridotte;
6. Varietà e marchi registrati: diritti di proprietà intellettuale ed esigenze di tracciabilità vs esigenze produttore?
7. Difficoltà a comunicare valore produzioni territoriali: produzione «toscana» prevale su indicazioni territoriali più specifiche
8. Stili di vita e consumo e stili suggeriti dal prodotto locale: consumatore non informato e non educato a certi valori, es stagionalità, o a certe varietà e razze locali, non è in grado di apprezzare
9. Difficoltà a intraprendere azioni di cooperazione e interazione
10. Limitata dimensione del mercato porta a concorrenza tra produttori all'interno di reti, distribuzione valore aggiunto
11. Difficoltà a rispettare normative troppo rigide e burocrazia
12. Reddito agricoltori/produttori

Fabbisogni emersi

1. Mantenere un forte legame diretto con il consumatore
2. Forte esigenza educativa/formativa sul valore della biodiversità, a partire dalle scuole
3. Esigenza di comunicazione al consumatore di qualità nutrizionali e non solo legate ai prodotti territoriali: certificazione di parte terza
4. Esigenza di coerenza tra diversi settori delle istituzioni valorizzazione e sensibilizzazione da parte delle istituzioni, prima di tutto regionali, ma anche unioni di comuni
5. Informazione sul ruolo e il lavoro di Terre Regionali Toscane e banca germoplasma
6. Nuovi canali di vendita: mercati locali, punti vendita comuni, coop per vendita a domicilio, modalità oltre la vendita diretta (es. Bbox), mense scolastiche
7. Forme di aggregazione dei produttori: consorzi, filiere, reti locali (di vallata o area geografica) e relativi marchi commerciali collettivi
8. Comunicazione tra mondo della produzione e mondo scientifico: necessità di sperimentare e apprendere dalla sperimentazione
9. Aumentare il contenuto di servizi del prodotto tramite tecnologie appropriate
10. Coinvolgere la ristorazione: canale per far conoscere il prodotto a chi visita e/o vive il territorio ma necessario far capire ai ristoratori il valore delle produzioni territoriali. Comunicare un valore che crei la domanda, l'aspettativa verso i ristoratori

Opportunità/misure di sostegno

1. Coinvolgimento istituti alberghieri per la formazione di cultura gastronomica
2. Sostegno alla creazione comunità del cibo: produttori come entità collettiva per la tutela dell'agrobiodiversità e consumatori come co-produttori, agenti attivi della tutela del territorio
3. Formazione di animatori e leader di comunità
4. Coerenza con altre politiche: promuoviamo il turismo escursionistico e naturalistico, in linea con la valorizzazione del territorio
5. Penalizzazione normativa per i piccoli produttori: necessario deregolamentare, non aggiungere ulteriori regolamenti
6. Considerare l'agrobiodiversità un diritto delle comunità e degli agricoltori: incentivare meno l'agricoltura convenzionale come modo per tutelare quella che si basa su principi di tutela della biodiversità