

«Essere cooperativa e riunirsi in tempi difficili e lavorare per tutti, nonostante le eventuali difficoltà esistenti nelle relazioni che gli individui e l'incontro di persone implicano intrinsecamente, significa sempre cercare solidarietà »

Domanda di ricerca 2

Quali sono **le cause e le motivazioni** più comuni per la creazione di iniziative economiche di solidarietà e quali sono **le questioni chiave** che devono affrontare dalla fondazione al consolidamento della loro organizzazione?

Domanda di ricerca 2: cause e motivazioni comuni

Generale: sicurezza economica e produzione ideale

Economico

- Creazione di valore come strumento per una produzione biologica equa e remunerata
- Diversificazione dei canali di vendita
- Diminuzione dei prezzi dei prodotti
- Necessità finanziaria

Ecologico

- Coltivazione biologica
- Promuovere il regionalismo e il consumo stagionale
- Uso comunitario di terreni agricoli

Sociale

- Distacco dalla grande industria
- Indipendenza degli intermediari
- Promozione dell'agricoltura rurale

Domanda di ricerca 2: cause e motivazioni più comuni in Svizzera, Germania e Austria



- Recupero annuale dei costi, soprattutto per i nuovi agricoltori
- Accesso al mercato di vendita
- Affiliazione regionale



- Maggiore interesse per l'economia solidale
- Ripresa delle zone rurali
- Connessione tra temi di protezione sociale e ambientale, es. Ecovillaggio Brodowin



- Ispirazione da altre iniziative
- Aumentare la concorrenza nelle vendite dirette
- Passaggio da Abokiste a CSA (accordo di ripartizione dei costi) non così complicato
- Ideologia delle attività collaborative già in atto

Domanda di ricerca 2: cause e motivazioni più comuni in Francia e in Italia



- Domanda di produzione regionale biologica
 - Facile accesso a supporto finanziario da parte delle banche
 - Agricoltura biologica da oltre 20 anni nella regione «La Drôme»
 - Forte lealtà tra consumatori e produttori
- Dagli anni '80, pionieri del bio in agricoltura,
 - Emancipazione politica della figura del contadino
 - Alternativa alla determinazione esterna del valore del lavoro

Domanda di ricerca 2: **problemi chiave - generale**

Economico

- investimenti temporali e finanziari
- Bilanciamento della % nell'iniziativa economicamente solidale
- numero dei membri stabile
- La creazione di nuovi Labels richiede tempo

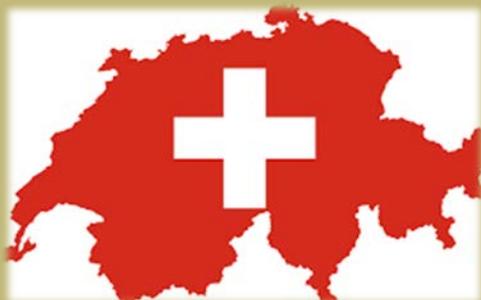
Ecologico

- Produzione e lavorazione di latte e carne biologici
- Adattamento ai cambiamenti ambientali
- Coltivazione del terreno (principalmente all'inizio)

Sociale

- In generale, ci sono pochi produttori che si affidano a SOLAWI al 100%
- Sensibilizzazione dei clienti esistenti
- Fondare in campagna e non vicino alla città
- Coordinamento tra produttori
- Cooperazione tra i membri

Domanda di ricerca 2: problemi chiave in Svizzera, Germania e Austria



- Formazione dei prezzi, soprattutto per RVL
- Sfide finanziarie all'inizio o dissoluzione
- Accettazione a seconda della regione
- Ascolto a livello politico
- Dipendenza delle dimensioni dalla domanda
- accesso alla terra
- Grande concorrenza tra grandi produttori e rivenditori al dettaglio
- Accettazione nelle zone rurali del nord
- Un'agricoltura sempre più biodinamica con strategie economiche solidali
- Pregiudizi contro i prodotti Demeter
- Accesso alla società rurale

Domanda di ricerca 2: **questioni chiave in Francia e in Italia**



- Sfida a evidenziare le differenze rispetto alla produzione convenzionale per i consumatori
- Essere in grado di soddisfare le richieste dei clienti
- Avvio di AMAP o inclusione di piccole produzioni
- Rinnovo dell'immagine delle cooperative
- Organizzazione dei produttori
- ripresa di terreni in zone difficili
- Copertura in base all'età

Domanda di ricerca 4: motivazione per idee di impegno e sostenibilità

Quali sono le **cause e le motivazioni** per il coinvolgimento in iniziative di agricoltura biologica solidale e **quali valori e idee di sostenibilità** si associano a produttori, trasformatori e consumatori?

Domanda di ricerca 4: **Cause e motivazioni in generale**

Economico

- Stabilità finanziaria
- Protezione in caso di estremi ambientali
- Valore aggiunto a favore di un prezzo equo
- Promuovere l'economia circolare nella regione e promuovere così l'agricoltura contadina

Ecologico

- prodotti di alta qualità su piccole aree
- Lavoro pionieristico per modelli di agricoltura rurale sostenibile
- Diversificazione dei prodotti
- Comunità a favore dell'ambiente

Sociali

- Solidarietà tra produttori
- Responsabilità tra produttori e consumatori
- Economia parallela basata su comunità e solidarietà
- Vincolo dei membri tra città e campagna

Domanda di ricerca 4: cause e motivazioni in Svizzera, Germania e Austria



- Pressione della certificazione
- In Romandia anche strumento politico di resistenza
- Diversificazione nei canali di vendita soprattutto. per motivi finanziari
- Alternativa ai due giganti del retail
- Le strategie economiche solidali rafforzano la sovranità alimentare locale
- Prevenzione degli ostacoli burocratici e finanziari
- Rendere possibili i modelli di vita globale
- Interesse politico per nuove strutture agricole e scambi intermedi
- Promozione della regionalità e della comunità come stile di vita

Domanda di ricerca 4: cause e motivazioni in Francia e in Italia



- Ampia diffusione di AMAP in Francia
- Cultura alimentare e regionalismo profondamente radicati in Francia
- La regione "La Drôme" è il dipartimento biologico in Francia
- Forte coesione tra gli agricoltori
- Spesso la maggior parte del valore è aggiunto dai produttori (pasta, formaggio, pane)
- Stabilire un'ideologia di un'agricoltura indipendente dalla politica.

Domanda di ricerca 4: valori e concetti di sostenibilità in generale

«Agricoltura sostenibile »= Sostenibilità in agricoltura

- Contributo alla società e all'ambiente
- Strumento contro lo spreco di cibo
- Opportunità per la zootecnia sostenibile
- Rafforzare la fiducia tra consumatori e produttori
- L'economia circolare consente la sostenibilità su tutti e tre i livelli



Domanda di ricerca 4: valori e concetti di sostenibilità in Svizzera, Germania e Austria



- Sensibilizzazione attraverso lo scambio e offerta di alternative
 - Demeter Svizzera scopre forme alternative di agricoltura
 - Trasparenza in termini di valori
 - Promuovere il decentramento delle iniziative
- Protezione della proprietà pubblica
 - Promuovere la diversità con l'agricoltura contadina
 - Stabilizzazione sociale attraverso la creazione di valore locale
- Buona rete di istituzioni
 - Promozione dell'agricoltura contadina in generale
 - Le strategie solidar-economiche fanno affidamento sull'agricoltura ecologica e sostenibile nella comunità (non necessariamente bio)

Domanda di ricerca 4: valori e concetti di sostenibilità in Francia e in Italia



- AMAP come risultato dell'eco-movimento
 - Direct marketing e «circuit court» relativamente forti
 - Il marchio "Natur et Progrès" supporta strategie di economia solidale
- Unire il marketing
 - Cultura alternativa che preserva le tradizioni
 - Economia di solidarietà e protezione ambientale come futuro dell'agricoltura biologica

Grazie per l'attenzione

