



Economia solidale in agricoltura per promuovere l'agricoltura biologica e mantenere diverse aziende agricole in Europa

Bettina Scharrer, Centre for Development and Environment, Universität Bern
Valli Unite, Costa Vescovato, Montesoro, 10.11.2019



Un'agricoltura quasi naturale, poco o per nulla basata sui fossili: cosa l'ha caratterizzata?

- Agricoltura ad alta intensità di manodopera, **sistema energetico basato** sul solare, in gran parte basato su risorse rinnovabili.
- Cicli energetici e dei materiali in gran parte chiusi. I rendimenti per unità di superficie sono stati/sono dati **da limiti biotici** e sono meno elevati che nella LW fortemente industrializzata (a volte fino a 3 volte superiore).
- Il **bilancio energetico è stato/è positivo**, vale a dire che è stata/è stata raccolta più energia sotto forma di biomassa di quanta ne venga investita.
- Sistemi di coltivazione estremamente complessi con **un'elevata biodiversità** hanno creato in Europa un paesaggio culturale diversificato.



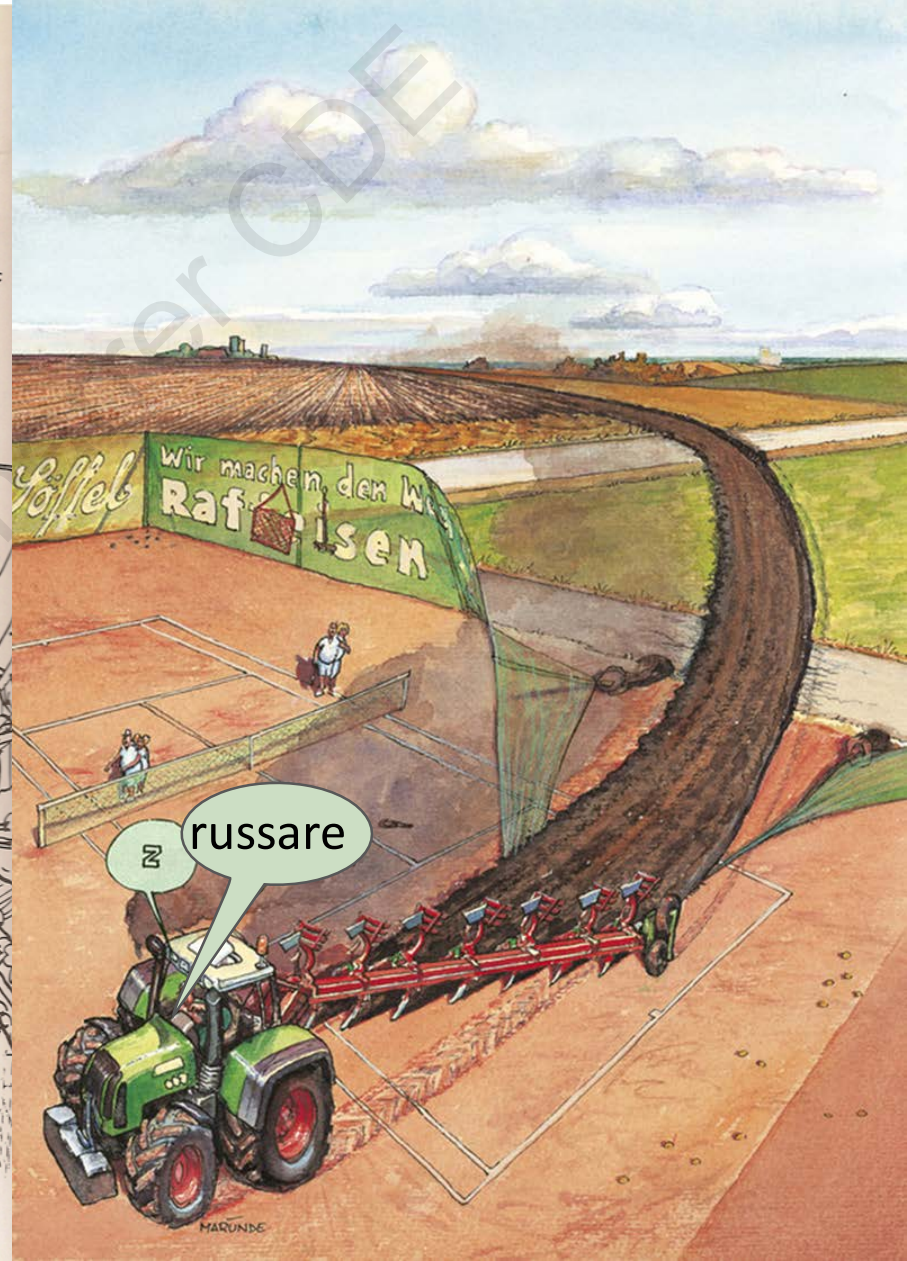
Bundesarchiv, B 145, B64, F00522-0001
Foto: Usterberg, Boff 1.27. Juli 1909





Motivi per la realizzazione di progetti economici solidali nel settore agricolo:
La logica dell'attuale sistema alimentare insostenibile

Caratteristiche e logica dell'agricoltura industrializzata





- > **Elevato apporto di materiale, capitale ed energia fossile** → bilancio energetico negativo
- > Fertilizzanti, mangimi acquistati, pesticidi, macchinari, costi elevati per i "pagamenti anticipati".
- > **Investimenti continui e ad alta intensità di capitale e innovazioni tecniche portano a sovracapitalizzazione e indebitamento.**
- > **Pressione permanente per aumentare la produttività e l'efficienza e ridurre i costi ottimizzando i processi produttivi, specializzazione, monoculture**
- > Disaccoppiamento della superficie dalla produzione. Allevamento parziale o completamente indipendente dal terreno → Cicli di materiali aperti, input esterni, output di nutrienti in eccesso
- > Massimale consentito dalla legge per il bestiame monodenso, allevamento ad alte prestazioni, uso di antibiotici e resistenze.



Le esigenze del settore a valle portano a ulteriori.....

- > Superare le condizioni naturali, determinate temporalmente e spazialmente, per quanto riguarda la produzione, la distribuzione e il consumo.
- > Accelerazione dei processi biologici di maturazione, tentativo di "eliminare" i cicli stagionali, naturali e climatici.
- > Produzione di una fornitura il più possibile prevedibile, uniforme e "standardizzata" di cibo a buon mercato. Sovrapproduzione pianificata necessaria Rifiuti alimentari
- > Niente più collegamenti tra produttori e consumatori, processi poco trasparenti su come, dove, dove, cosa, chi viene prodotto e consumato da chi.
- > L'agricoltura è ridotta alla funzione di "fornitore di materie prime", a seconda dell'industria a monte e a valle, nonché delle condizioni quadro della politica agricola.

Svantaggi dell'agricoltura rispetto all'industria

- ➔ Nonostante l'ormai elevatissimo consumo di risorse minerarie, la (ri)produzione agricola si **basa** ancora sull'uso **di risorse biotiche** e l'industria sulle risorse minerarie.
- ➔ Le risorse biotiche sono una crescita **schivazzata**. L'agricoltura dipende dal tempo e dalla stagione ed è soggetta a grandi fluttuazioni. Produce in modo **discontinuo**, l'industria continuamente. L'agricoltura non è quindi in grado di utilizzare i propri investimenti 24 ore su 24, 365 giorni all'anno ed è inevitabilmente **sovracapitalizzata**.
- ➔ I singoli prodotti non trasformati sono uniformi e possono essere differenziati solo in misura limitata; il latte rimane in gran parte latte.
- ➔ La domanda di questi prodotti alla fine sarà satura. Domanda **anelastica** di cibo

Integrazione verticale dell'agricoltura nel complesso agroindustriale

Oligopoli (pochi fornitori, molti acquirenti) nel settore dell'allevamento, ad es. polli

Oligopson: molti piccoli fornitori con prodotti omogenei affrontano poche richieste. Queste hanno un grande potere di mercato e un'influenza sui prezzi.

Settore a monte/
Industria (consumi intermedi)

pesticidi

fertilizzante

Semi

Allevamento animale

Macchine agricole

industria edilizia stabile

Settore a valle/
L'industria

Produzione agricola,
Aziende agricole

all'ingrosso

trasformatori

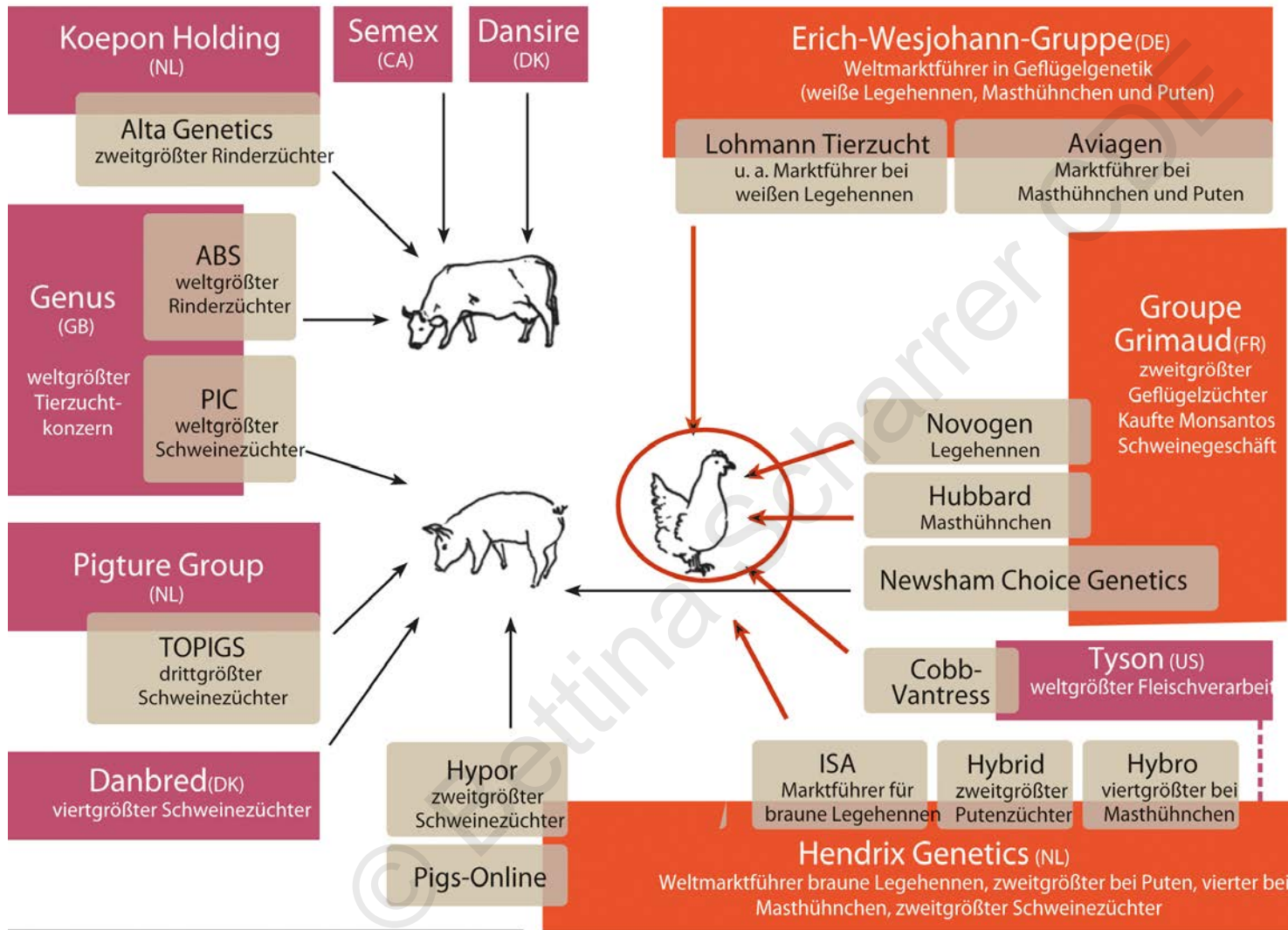
commercio al
dettaglio

I consumatori

Trasformatore di primo livello, "settore tradizionale"
Artigianato alimentare, - commercio, in diminuzione

Solo il 5% dei prodotti è
commercializzato direttamente dagli
agricoltori.

Oligopole im vorgelagerter Sektor: Beispiel Bereich Tierzucht

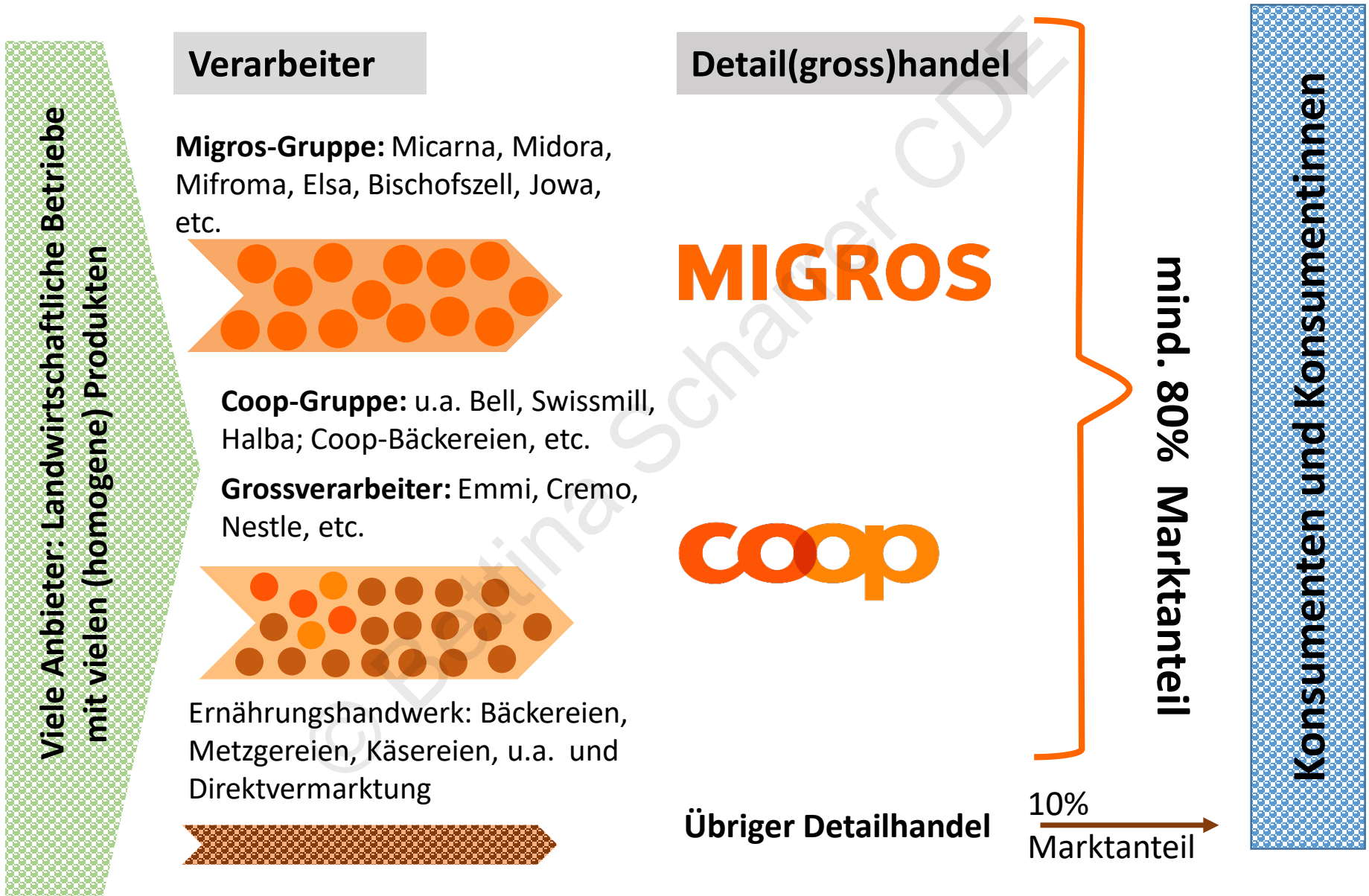


Drei Unternehmen (orange) kontrollieren 90% des gesamten Geflügelzucht bereichs

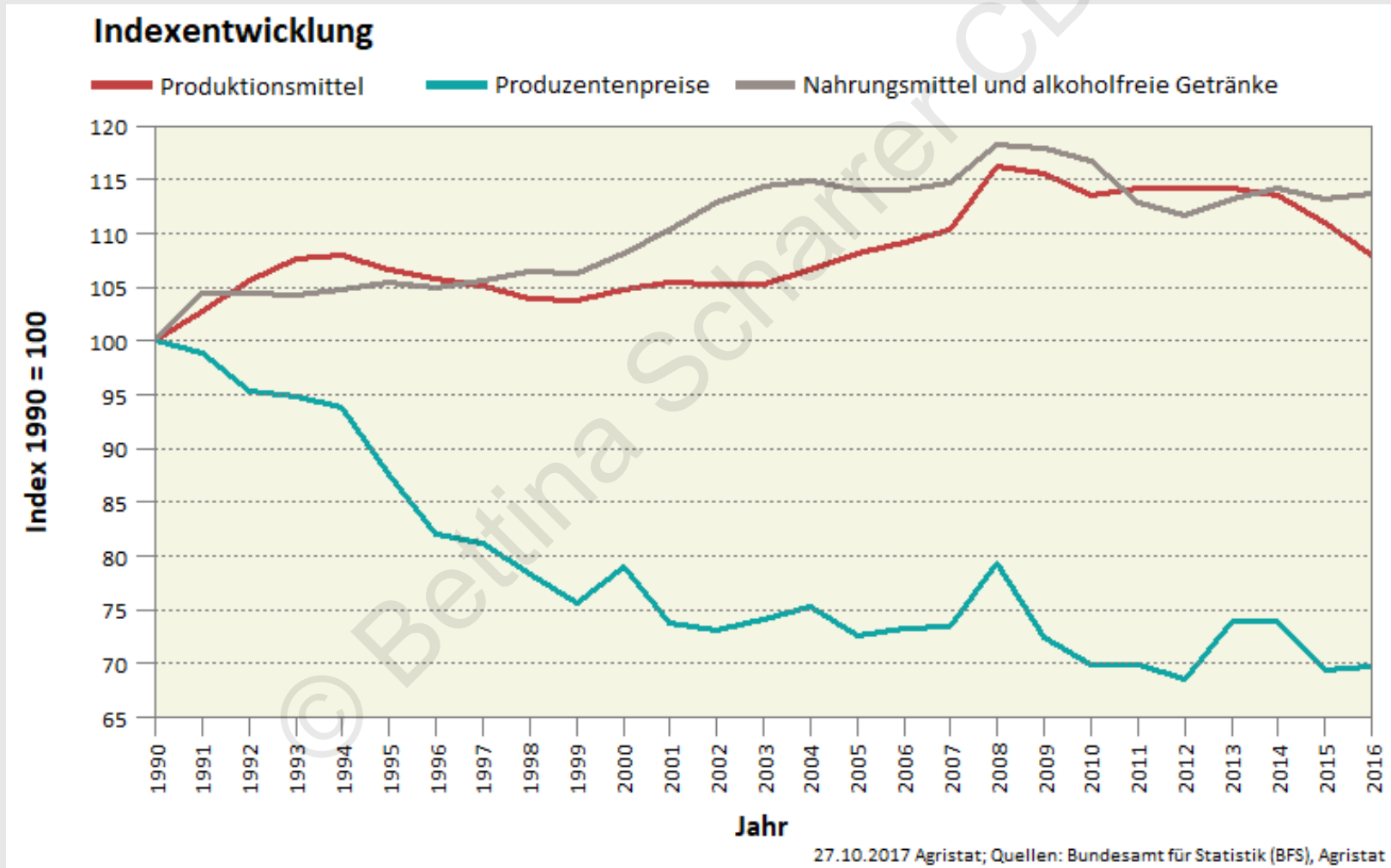
Mutterkonzern Tochterunternehmen

Quelle: Nach Grafik von Susanne Gura (2014). EvB, Misereor, Forum Umwelt und Entwicklung (2014).

Oligopson im nachgelagerten Sektor, Beispiel Detailhandel Schweiz



Indici dei prezzi, mezzi di produzione, prezzi alla produzione e indice nazionale dei prezzi al consumo dei prodotti alimentari



Agricoltura
biologica?
Soluzione per tutti
i problemi?

L'immaginazione dei
consumatori di nostalgia,
utilizzato dalla
pubblicità.....



Ecologicamente migliore come metodo di produzione.....

.....ma è soggetto alla stessa logica industrialesoprattutto quando diventa "mainstream".....Crescita forzata, convenzionalizzazione dell'agricoltura biologica, pressione sui prezzi, ecc.



Oligopoli (pochi fornitori, molti acquirenti) nel settore dell'allevamento, ad es. polli

Oligopson: molti piccoli fornitori con prodotti omogenei affrontano poche richieste. Queste hanno un grande potere di mercato e un'influenza sui prezzi.

Settore a monte/
Industria (consumi intermedi)

Settore a valle/
L'industria

- pesticidi
- fertilizzante
- Semi
- Allevamento animale
- Macchine agricole
- industria edilizia stabile

Requisiti giuridici più severi in materia di: trasparenza, prezzi, salute, ecologia, ecc.

Produzione agricola,
Aziende agricole

all'ingrosso → trasformatori → commercio al dettaglio

I consumatori

molte piccole e medie imprese a monte indipendenti, che indeboliscono gli oligopoli

Aumento del numero di medie e piccole imprese di trasformazione - e di commercio, Spezzando l'oligopson

vendita diretta

Bypass: Rafforzamento delle catene del valore solidari-economiche



Diversità ed eterogeneità delle forme economiche solidali in agricoltura



1. Brevi informazioni sul progetto quadro

«L'importanza dell'economia solidale per lo sviluppo dell'agricoltura biologica in Europa ieri e oggi»

Bettina Scharrer, Stephan Rist
Centre for Development and Environment, Università di Berna

Peter Moser, L'Archivio della storia rurale AfA , Berna

Durata del progetto: 2016 – 2018

Sito web del progetto:

«Economia solidale e agricoltura biologica»

https://www.solidarisch-biologisch.unibe.ch//index_ita.html

Finanziamento

**STIFTUNG
MERCATOR
SCHWEIZ**

Piattaforma di rete transdisciplinare e transnazionale

CH

BIOSUISSE

demeter
Ausgezeichnet biodynamisch.

FiBL

CON PRO Bio

frACP
Kooperationsstelle für solidarische Landwirtschaft

URGENCI
THE INTERNATIONAL NETWORK FOR COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE

Chambre de l'économie sociale et solidaire APRES-GE

uniterre

schweizer bauernverband

KLEINBAUERN VEREINIGUNG

agridea
ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DES LÄNDLICHEN RAUMS
DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE ET DE L'ESPACE RURAL
Sviluppo dell'agricoltura e delle aree rurali
DEVELOPING AGRICULTURE AND RURAL AREAS

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Bundesamt für Landwirtschaft BLW

F



D



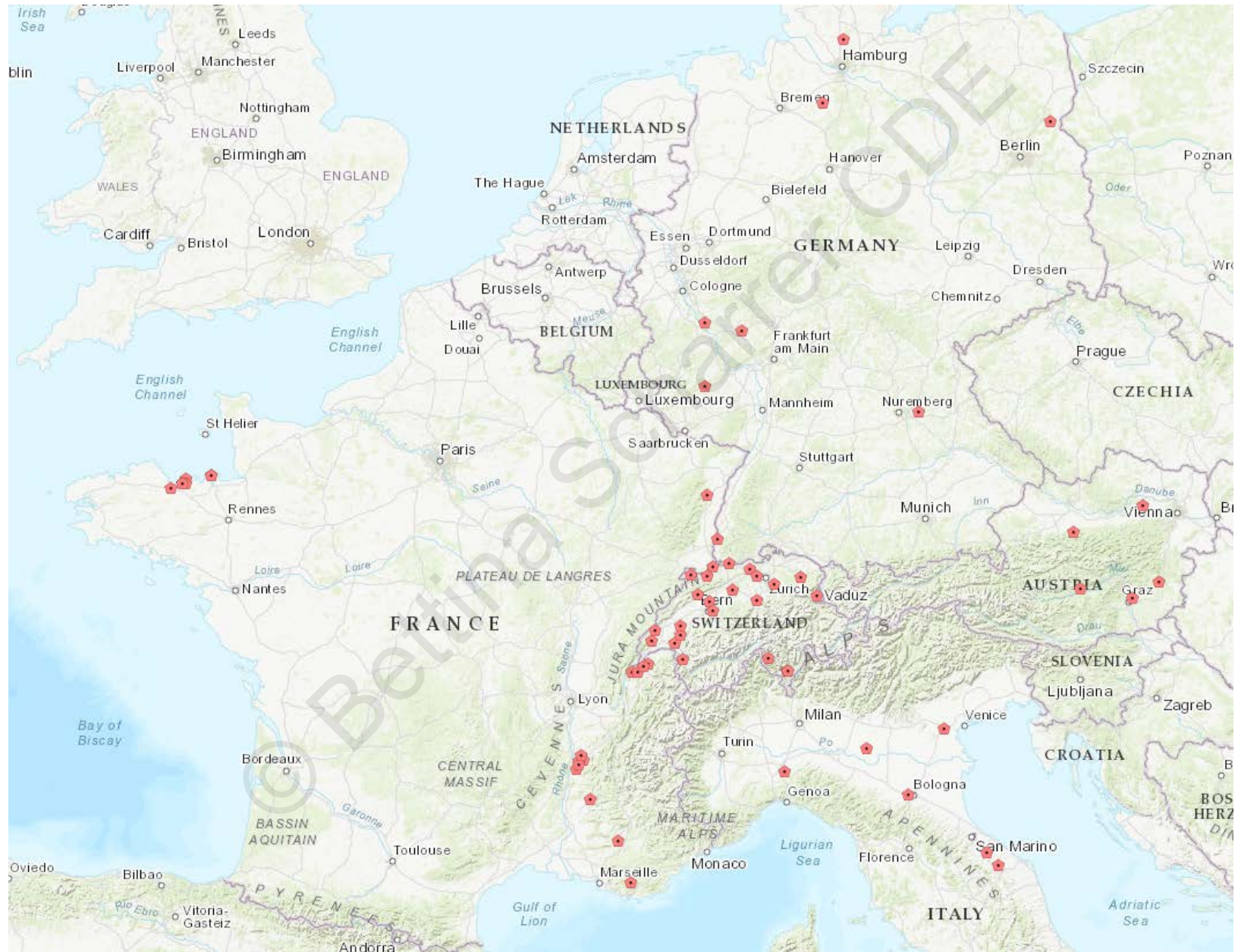
I



A



57 studi di casi di studio nei paesi europei



Forme organizzative dell'economia solidale in agricoltura: un movimento eterogeneo

- ✓ Community Supported Agriculture CSA come termine generico
 - ✓ Regionale Vertragslandwirtschaft (RVL), Agriculture contractuelle de proximité (ACP) (CH) Solidarische Landwirtschaft (D), Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) (F)
- ✓ Associazioni o cooperative di produttori-consumatori (CH e D)
- ✓ Cooperative di produttori con forti legami con le dichiarazioni di missione delle cooperative (I e F)
- ✓ Point de vente collectif (F)
- ✓ Eco-Villaggio (Brodowin in D)
- ✓ Organizzazioni che consentono modelli di finanziamento sostenuti dalla società civile per l'acquisto di terreni, ad esempio terre de liens.
 - Terra comune - cooperazioni (comunità di valle, cooperative alpine)
 - Foodcoops , Gruppi di Acquisto Solidale GAS (I)
 - Banche comunitarie specifiche anche per l'agricoltura (GLS, D)

Principi dell' economia solidale in agricoltura

1. Cooperazione tra consumatori e produttori e/o produttori tra di loro: condivisione dei rischi di produzione e delle rese
2. Prezzi trasparenti e prezzi equi
3. Remunerazione equa dei produttori e dei lavoratori dipendenti, compresi i contributi previdenziali
4. Elevati standard ecologici
5. Partecipazione e processi decisionali democratici
6. Impegno per un commercio e prezzi equi a livello globale (solidarietà con il Sud del mondo)
7. eguaglianza
8. Cooperazione con i partner regionali, rafforzamento dello sviluppo regionale
9. Accesso alla terra - comunitarizzazione della terra

1. Community Supported Agriculture (CSA)

«Le comunità a sostegno dell'agricoltura (CSA) sono partenariati diretti basati sulle relazioni tra più persone e uno o più produttori agricoli, che condividono i rischi, le responsabilità e i benefici dell'agricoltura, sottoscrivendo un accordo vincolante a lungo termine.

Dichiarazione Europea di CSA, 2016

Svizzera: ca. 60 – 70 Initiative/ progetti/aziende
«Regionalen Vertragslandwirtschaft» (RVL),
«agriculture contractuelle de proximité» (ACP)

Germania: ca. 250 Solawi's,

Francia: più che 2000 AMAP con 250'000 soci.
(AMAP = Association pour le maintien d'une agriculture paysanne»





SoLaWi Kattendorfer Hof, a Schleswig Holstein

fondata 1995, Solawi da 1999,
produzione biodinamica

- > 435 ettari, azienda agricola mista con seminativi, vacche da latte, maiali, caprini, caseificio agricolo, orticoltura, collaborazione con panificio e macelleria locale.
- > Un team di gestori di aziende agricole gestisce l'azienda agricola come una SRL, i negozi e la trasformazione hanno altre forme giuridiche distinte.
- > Circa 50 persone lavorano a tempo pieno o a tempo parziale nell'azienda agricola.
- > SoLaWi ha 770 membri
- > 550 Quote di coltura
- > Oltre l'80% della produzione totale è venduto tramite SoLaWi
- > NO prezzo al pezzo, ma contributo ai costi per quota di coltura (185€ -218 € al mese)
- > Cooperazione dei membri in alcuni giorni/anno, ad esempio la raccolta delle barbabietole.



Produttori

L'intera azienda agricola è di proprietà o in affitto da parte di agricoltori che sono anche soci della cooperativa/associazione.

Il costo della quota viene calcolato in base al budget dell'impresa

Personale qualificato dipendente e supporto lavorativo dai membri

Con-
dividono
rischi
e Rendi-
mento

Consumatori

Contratti: Contributo ai costi per coprire i costi totali

Possibili incarichi di lavoro

**Produttori – Consumatori
associazione / Cooperativa**

sono organizzati come Foodcoops e responsabili per l'amministrazione del deposito



Una parte della produzione è venduta attraverso canali convenzionali: Vendita diretta tramite farm Shop, vendita ai prezzi correnti di mercato, ad esempio i cereali

C2 Parti della produzione di un'azienda sono vendute ai soci, in parte anche sul mercato → Parziale demercificazione della produzione

RVL – Produzione di latticini con proprio caseificio, Kanton Zürich e Basel-Land, entrambi biologici



Fattoria a Basi, Dietikon vicino a Zürich
22 Mucche, attivi dal 2015



Spitzenbühl, Liesberg, Basel Land
20 Mucche da latte e 12 Manzi, attivi dal 2013

La terra e la maggioranza dei mezzi di produzione sono proprietà dell'impresa familiare. Proprietà privata

- > Gran parte del latte viene lavorato e venduto su abbonamento tramite il sistema RVL.
- > Politica dei prezzi mista, basata sul budget complessivo e sul prezzo di 1l di latte, ciononostante prezzo per cesto
- > Le quote dei cesti:
 - > Basimilch: 80%
 - > Spitzenbühl: 30%
- > Una parte viene venduta a grossi caseifici a prezzi di mercato.



Wotsch Chäs?

Bundeslich ist ein Pionierprojekt der solidarisches Landwirtschaft. Die Beweise der 25 schönsten Kühe sind in der folgenden Kiste zu sehen. Die Kühe sind in verschiedenen Altersstufen, im Lammstadium und in der Stück Zürich vorliegend.

basimilch

Wöchentliche Milchproduktions in der Region Zürich, ökologisch, fair, selbstverwertbar.

www.basimilch.ch

SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT

Tagung zum Welternährungstag 2017
Milchwirtschaft

Der Hof

Der Hof ist ein geschlossenes System und wird von den Produzenten selbst bewirtschaftet. Die Produktion ist ökologisch und sozial. Die Tiere sind in einem geschützten Umfeld gehalten und werden artgerecht gehalten. Die Produktion ist ökologisch und sozial.

Der Hof

Der Hof ist ein geschlossenes System und wird von den Produzenten selbst bewirtschaftet. Die Produktion ist ökologisch und sozial. Die Tiere sind in einem geschützten Umfeld gehalten und werden artgerecht gehalten. Die Produktion ist ökologisch und sozial.

Die Gewerkschaft

Die Gewerkschaft ist ein Zusammenschluss von Produzenten, die sich für die Interessen der Verbraucher einsetzen. Die Gewerkschaft ist ein Zusammenschluss von Produzenten, die sich für die Interessen der Verbraucher einsetzen.

Die Gewerkschaft

Die Gewerkschaft ist ein Zusammenschluss von Produzenten, die sich für die Interessen der Verbraucher einsetzen. Die Gewerkschaft ist ein Zusammenschluss von Produzenten, die sich für die Interessen der Verbraucher einsetzen.



← Verzelchvis

Kuhportrait 2 - Panna

SAHSTAG, 22. APRIL 2017

Zu den jüngeren Milchgebärenden unserer Herde gehört Panna. Und siehe da: 'romen est omni' der Fettgehalt ihrer Milch ist überdurchschnittlich hoch. Im Herbst wird Panna 5 Jährig und in diesem Sommer wird sie ihr drittes Kalb bekommen. Sie ist eine schmale, zierliche aber nicht unbedingt kleine Kuh. Augenfallig ist ihre Hornstellung. Die Hörner stehen eng und sind stark nach innen gebogen.

Ihre Kinder- und Jugendjahre verbrachte Panna in Disentis auf dem Klosterhof im Aufzuchtvertrag. Somit hat sie einige Alpenfahrten und eine gute Grundausbildung. Vor dem ersten Abkalben kam sie dann auf den Basisthof zurück. Nach einer kurzen ängstlichen, nervösen Phase des Wiedererlebens gliederte sich Panna voll in die Herde ein und erscheint ausgeglichener und zufriedener. Mit ihren Kolleginnen kommt sie gut zurecht, wird nicht gemobbt und ist auch selber selten aggressiv. Sie steht etwas in der Mitte der Hierarchie, was auch bei der Melkverfahrenfolge ersichtlich wird.

Für uns Menschen ist Panna eine angenehme, liebenswürdige Kuh, wieder sehr zutraulich noch ängstlich, fast etwas lustig und tollpatschig in ihrer Erscheinung und neigt auch dazu über ihre eigenen langen Füsse zu stolpern.

Gewerkschaft basimilch
Am Kirschenbühlstrasse 2, 8910 Disentis/Dis
CH-8910 Disentis/Dis
Tel: 041 811 11 11
www.basimilch.ch
CH-8910 Disentis/Dis



RVL- Produttori – consumatori Associazione : Varie imprese agricole.....



**producono insieme come
soci per soliTerre**





Soliterre, contratto regionale per l'agricoltura Berna, iniziativa dal 2009, fondata con aziende agricole già esistenti.

Esempio Biohof Zaugg



C3

18 ha, Demeter-azienda da 30 anni, fattoria mista, 10 vacche da latte, 90 ortaggi, caseificio e panificio proprio
20 persone condividono 1500 percentuali di posti di lavoro nell'azienda agricola.

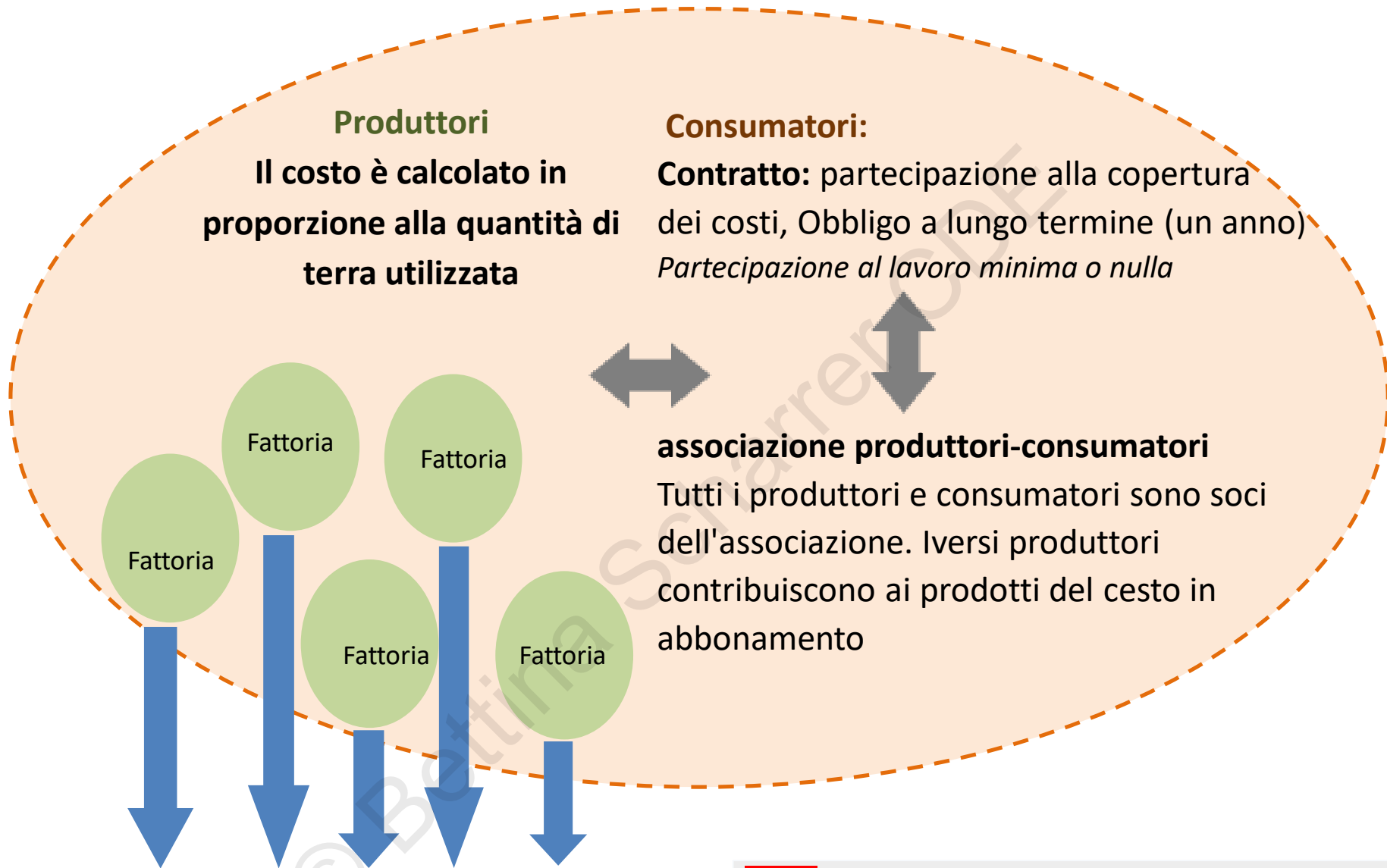
Il Biohof Zaugg è membro fondatore della prima iniziativa RVL a D-CH.

- > 15% della sua produzione mista viene distribuita come quote di raccolto, il resto come vendita diretta.
- > Quote di vendita diretta molto alte (60–70% , 7 diversi mercati settimanali)
- > max. 20% sui negozi di cooperative biologiche

Soliterre è un'associazione, otto aziende agricole associate producono per 450 famiglie.

Le aziende agricole sono quasi tutte di tipo misto-economico, solo una parte della produzione va nei cesti dei soci.

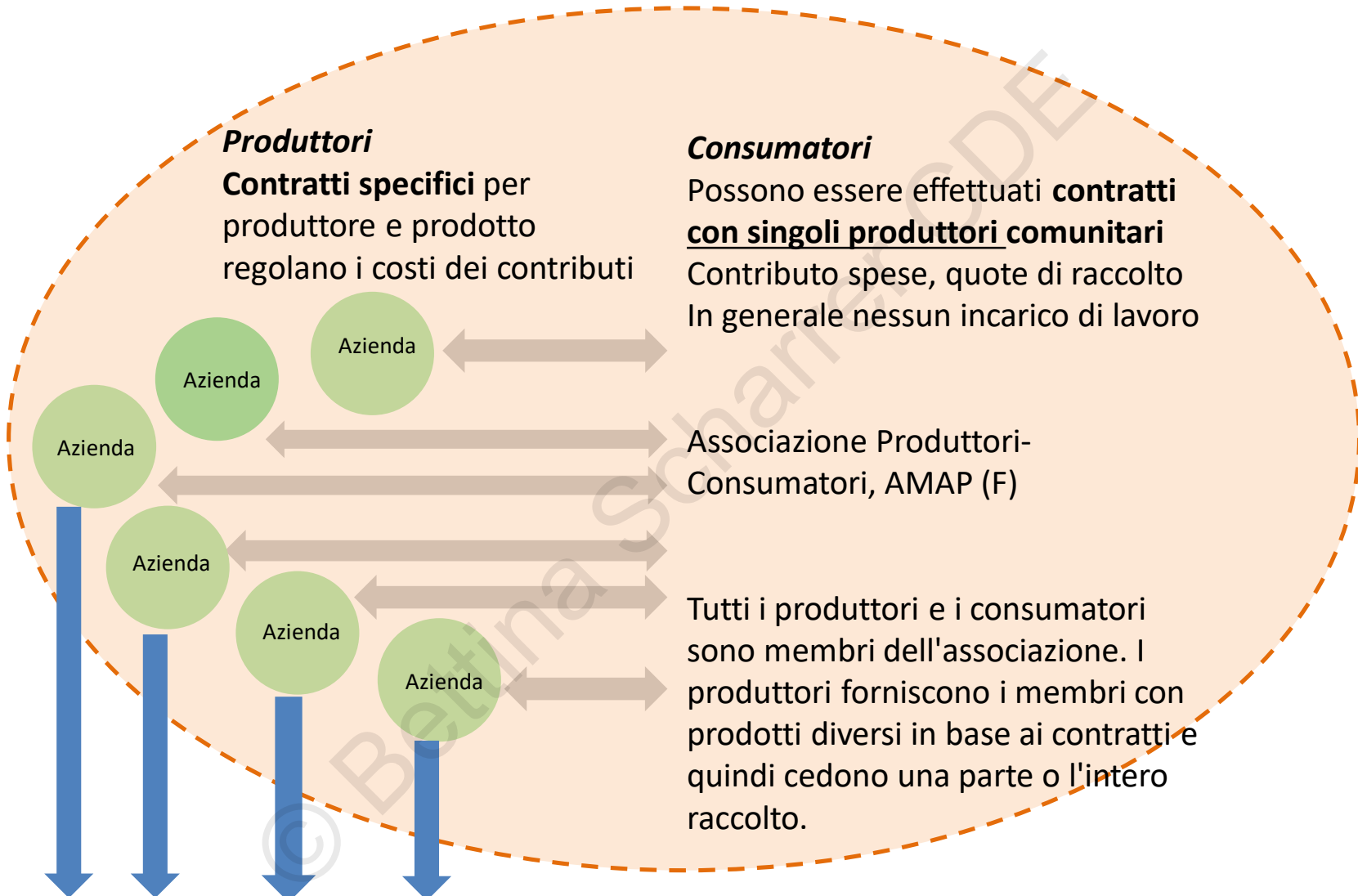




Parte della produzione/raccolto viene venduta attraverso canali convenzionali: Perlopiù vendita diretta, a volte caseifici, distributori, venditori al dettaglio, ecc.

C3 Parte della produzione di più imprese viene distribuita ai soci, parte venduta all'esterno → Parziale demercificazione della produzione

Diverse aziende e consumatori hanno fondato congiuntamente un'associazione produttore-consumatore denominata AMAP



Produttori
Contratti specifici per produttore e prodotto regolano i costi dei contributi

Consumatori
Possono essere effettuati **contratti con singoli produttori comunitari**
Contributo spese, quote di raccolto
In generale nessun incarico di lavoro

Associazione Produttori-Consumatori, AMAP (F)

Tutti i produttori e i consumatori sono membri dell'associazione. I produttori forniscono i membri con prodotti diversi in base ai contratti e quindi cedono una parte o l'intero raccolto.

Alcuni prodotti continuano ad essere commercializzati attraverso la vendita diretta, punti vendita collettivi, intermediari, dettaglianti, caseifici, ecc.

2. Associazioni o cooperative di produttori-consumatori

Le cooperative o comunità di produttori-consumatori sono un'associazione di produttori e consumatori.

Il loro obiettivo è quello di vendere i prodotti (biologici) dei produttori direttamente ai propri soci. Nel lungo periodo si apre spesso ai non membri.

Possono essere incluse anche le cooperative di produttori-consumatori, che comprendono un'unica impresa.



- > Perlopiù produzione di verdure, pollame, latticini.
- > 20 ettari di proprietà della cooperativa, 60 ettari affittati in Germania vicino al confine.
- > 800 soci, dei quali 500 attivi
- > 2500 cesti di verdure, dei quali 1700 a non-soci con un sistema di abbonamento
 - ⇒ collettivizzazione di terra e fattoria
 - ⇒ Rischio d'impresa condiviso con i soci
 - ⇒ Sconto sulle sottoscrizioni per i soci della cooperativa, Obbligo di partecipazione al lavoro
 - ⇒ Socio cooperativo per almeno un anno
 - ⇒ Sistema di abbonamento con solo 3 mesi di impegno



Modello 1 – 3: Cooperativa con integrazione dei elementi da CSA



Parte delle produzione viene venduta diretta al mercato settimanale, ai ristoranti ai mestieri locali

C2 Parte della produzione dell'impresa va ai soci, parte viene venduta a non soci tramite un abbonamento



Cooperativa Consumatori e Produttori del Biologico

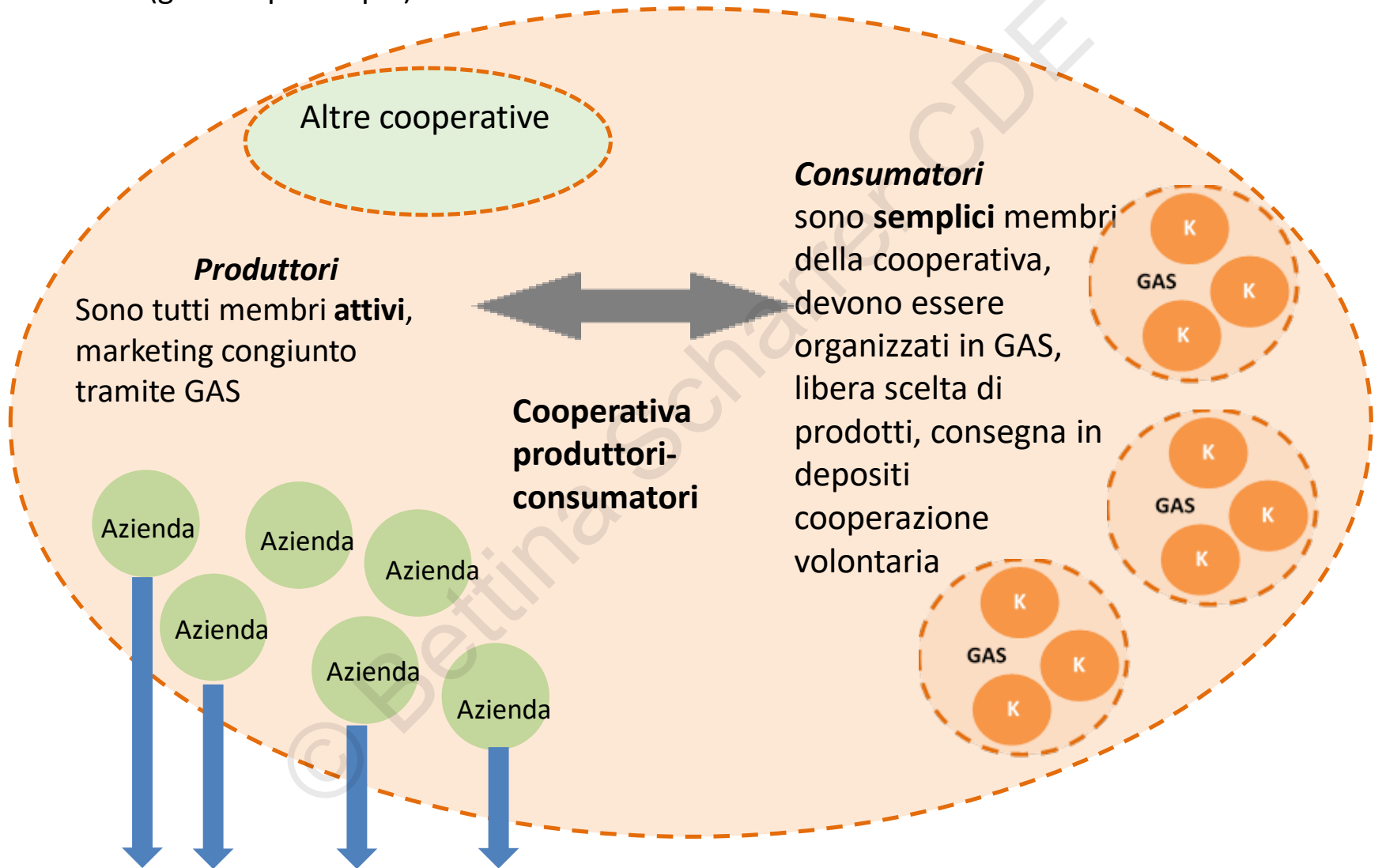


Membri:

80 produttori, membri attivi
producono per
200 "Gruppi di acquisto solidale" con
1600 famiglie, semplici membri
Fatturato 2016: CHF 3'092'000.
41% prodotti ticinesi
23% altri prodotti dalla Svizzera
36% dall'estero



Modello 13: Cooperativa produttori-consumatori, iscrizione obbligatoria per i consumatori
Acquisto da parte dei membri di prodotti da altre cooperative (ad es. dall'Italia) o altre aziende trasformatrici (gamma più ampia).



Alcuni prodotti possono essere commercializzati attraverso altri canali

3. Cooperative di produttori con forti legami con le dichiarazioni di missione delle cooperative (I e F)

Diverse aziende si uniscono come cooperative per la commercializzazione congiunta e, se necessario, anche per la trasformazione delle materie prime.

Insieme soddisfano elevati standard etici, ecologici e sociali in materia di produzione, prezzi, trasparenza e solidarietà.





**LA TERRA
E IL CIELO**

Agricoltura biologica dal 1980

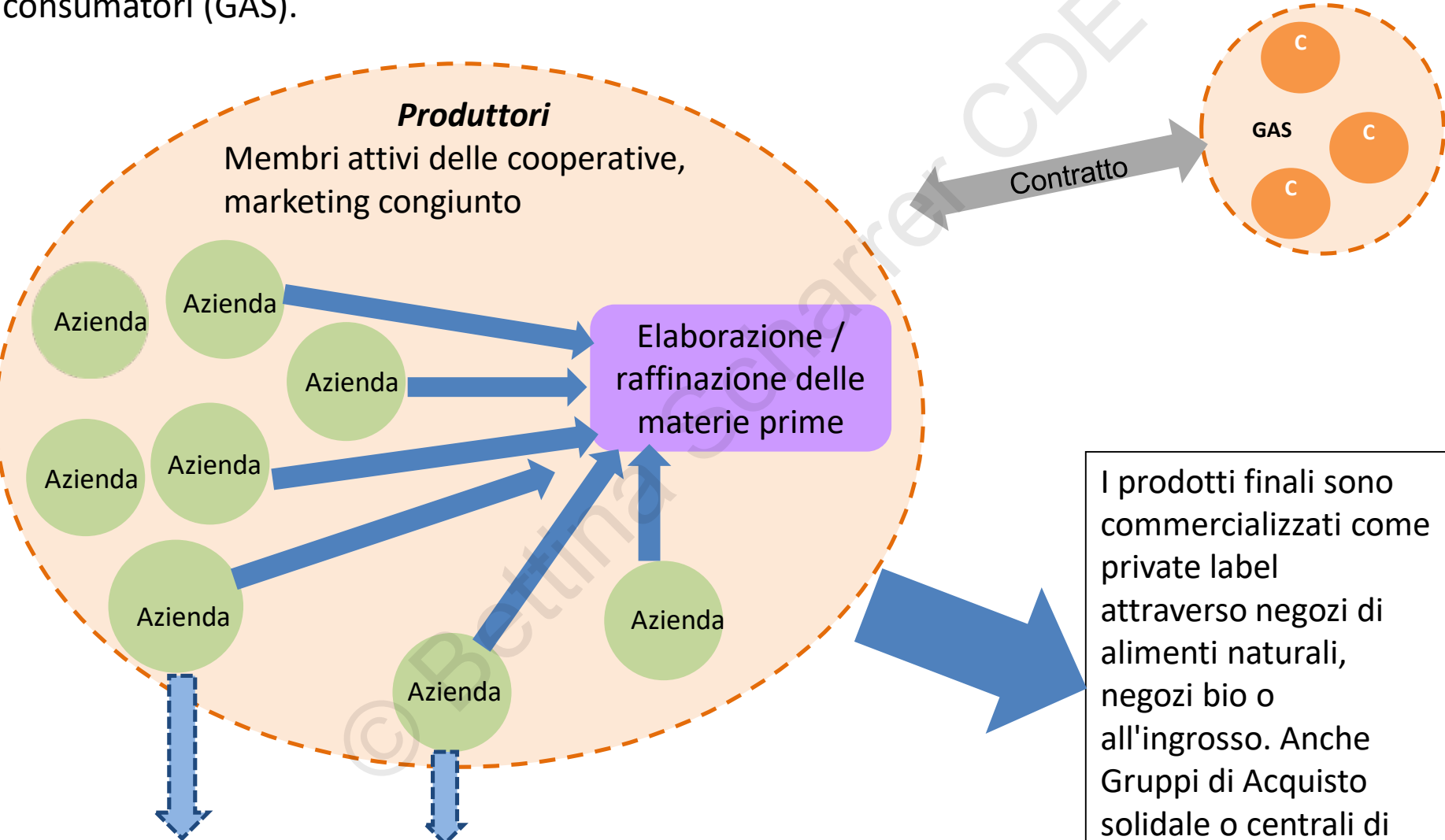
Cooperativa: La terra e il cielo

Marche, Italia

- > Cooperativa con oltre 100 piccole e medie aziende agricole.
- > Tutti sono soci di una cooperativa e ricevono un prezzo equo e fisso per il loro raccolto.
- > Dal seme al prodotto finito, la cooperativa controlla l'intera catena del valore.
- > Prodotti di alta qualità con la massima qualità (processo produttivo)Integrazione degli aspetti etici a tutti i livelli
- > Promozione dell'agrobiodiversità
- > Collaborazione con GAS



Modello 17: intera catena del valore nelle mani della cooperativa, produzione primaria, trasformazione e marketing. I membri ricevono prezzi equi e trasparenti per le materie prime. Sicurezza per i produttori, marketing anche per l'associazione dei consumatori (GAS).



I membri della cooperativa sono liberi di commercializzare i propri prodotti attraverso altri canali.

I prodotti finali sono commercializzati come private label attraverso negozi di alimenti naturali, negozi bio o all'ingrosso. Anche Gruppi di Acquisto solidale o centrali di vendita.

Point de vente collectif, negozi di produttori organizzati in cooperazione, mini supermercati o piattaforme online **in mano al produttore**.

Marketing diretto congiunto senza marchio, non necessariamente organizzato come cooperativa.

I negozi o le piattaforme online funzionano senza funzionari intermedi. I consumatori possono (ma non devono farlo) diventare membri.

Promuovere una visione dell'agricoltura alternativa a quella capitalista e basata sull'estrema efficienza



Terre d'envies porte la marque :



La ferme de Grandos

Olivier DI GIROLAMO - Pâtes et farines (Lemps, Ardèche)



CÔTE CAIRN

Vincent LEFORT - Clairette (Die)



Au four des Combes

Daniel MANSON - Farines (Châteaudouble)



GAEC LABROT

Véronique MOINS - Châtaignes et produits dérivés (Chalencor, Ardèche)



La ferme Perret

Louise ABRAHAM - Fromages de chèvres (Chantemerle-les-Blés)



Le fournil St Ange

Grégory et Aline BANCEL - Pains et biscuits (Peyrins)



La ferme du Grand Laval

Sébastien BLACHE et Elsa GÄRTNER - Fruits, oeufs, légumineuses, huiles, viande d'agneau (Montéliér)



La ferme des Routes

Thomas BONY et Maxence COUTURIER - Pains et laitages de brebis (Besayes)



Le Verger St Martin

Jean-François CHOSSON - Fruits, jus et compote et porc (Peyrins)



La ferme de Jo

Nicolas GÉRARD ESQUEL - Volailles (Besayes)



Brice Guillon Maraîchage

La ferme de la Vermeille

Produttori - Associazione dei consumatori

fondata nel 2010, a Romans/Bourg-de-Péage, Drôme

27 aziende gestiscono

congiuntamente un'attività di vendita locale autogestita.

Tutte le aziende produttrici di PVC aderiscono a una dichiarazione di intenti comune, che comprende

- Sempre un produttore nel negozio
- Nessun produttore può fornire più del 30% della merce
-

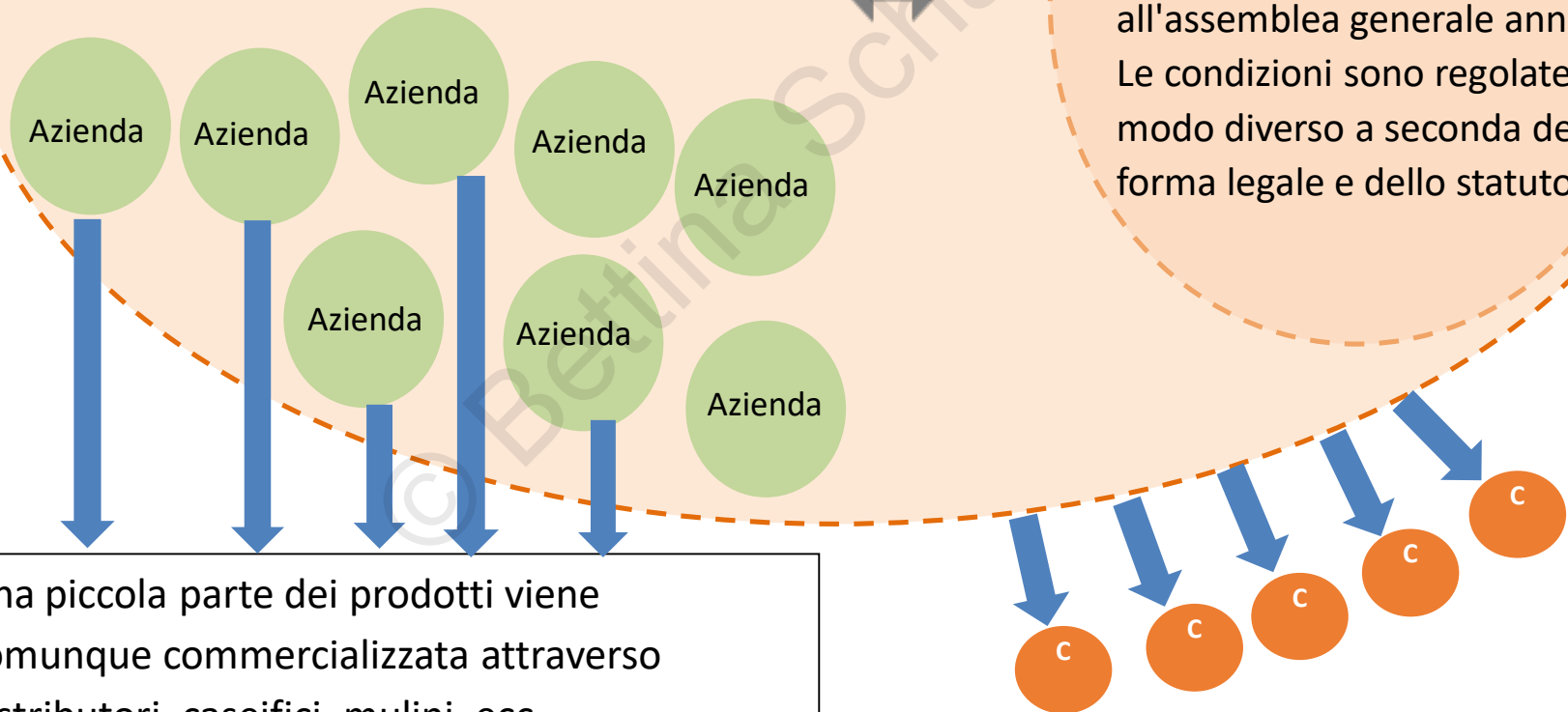
Modello 15: Punti vendita collettivi o piattaforme di vendita digitali di proprietà dei produttori

Produttori

Sono organizzati in una cooperativa / associazione per vendere i loro prodotti attraverso un punto vendita collettivo di loro proprietà, o con una piattaforma digitale **comune nella regione** di vendita. Nessun contratto tra C e P, prezzi equi

Consumatori

Possano (ma non hanno l'obbligo) diventare membri. Hanno diritto di voto all'assemblea generale annuale. Le condizioni sono regolate in modo diverso a seconda della forma legale e dello statuto



Ostacoli e sfide.....

- > Difficoltà di accesso alla terra per i nuovi agricoltori che non hanno un'azienda familiare. L'aumento dei prezzi dei terreni / affitti parzialmente elevati rendono più difficile l'acquisto (aggiuntivo) di terreni / affitti.
- > Politica agricola problematica, troppi pagamenti diretti forfettari, pagamenti diretti puramente per superficie senza vantaggi specifici, destinati alle grandi aziende agricole.
- > Troppa poca ricompensa per la "creazione di posti di lavoro", anche da parte delle imprese più piccole con approcci innovativi.
- > Troppa burocrazia, "follia di dati", molti dati dovrebbero essere raccolti solo a causa dell'agricoltura industriale e dell'industria alimentare.
- > Conflitti con il diritto della pianificazione territoriale in aziende con un forte marketing diretto, lavorazioni interne e una grande forza lavoro





- > Le norme igieniche, alcune delle quali impraticabili, adattate alla realtà dei grandi trasformatori, non tengono sufficientemente conto della realtà delle imprese di trasformazione piccole o media.
- > Disponibilità dei consumatori nell'assumersi più responsabilità per la produzione alimentare attraverso abitudini di consumo consapevoli
- > Mancanza di conoscenza di molti consumatori, mancanza di trasparenza nella definizione del prezzo

- > Attualmente, queste forme innovative di agricoltura e trasformazione alternativa sono ancora nella loro nicchia di nicchia - **Come può avvenire l'up-scaling?**
- > Problemi di logistica, soprattutto nei progetti con depositi. E' possibile farlo anche su larga scala?
- > La maggior parte dei progetti è tuttavia integrata nel mercato, vale a dire che essi sono in concorrenza con i canali tradizionali e i prezzi di mercato.
- > Se perdono la loro unica proposta di vendita, i prezzi non sono più pagati

.....e le possibilità dei diversi modelli



- > Promozione dello sviluppo regionale e della creazione di valore aggiunto regionale, creazione di catene di valore innovative
- > Meno investimenti iniziali nell'agricoltura biologica
- > Vendite sicure, migliore pianificazione e sicurezza degli investimenti



- > Prezzi equi, trasparenti, che riflettono il valore dei prodotti alimentari, coprono i costi di produzione (obiettivo - non sempre raggiunto)
- > Meno spreco di cibo, nessuna sovrapproduzione obbligatoria, nessuna standardizzazione



- > Conservazione di aziende agricole che sarebbero state create senza cooperazione
- > Grande potenziale di sviluppo nel settore online - opportunità rispetto ai grossisti



> Spazio per una maggiore attenzione alla promozione della (agro)biodiversità, comprese le varietà vecchie e adatte al luogo di produzione.



> Il potere di trasformazione e il ruolo dei pionieri, promotori di un sistema alimentare sostenibile

> Ripristino del rapporto perduto tra produttori e consumatori

> Promozione dell'agricoltura biologica - contributo al discorso: come dovrebbe svilupparsi ulteriormente?

> Un'ampia varietà (e quindi la selezione) di strategie economiche basate sulla solidarietà consente un'attuazione più ampia in base alle esigenze e alle esigenze specifiche della regione.



Domande; pensieri; sfide

1. Come coinvolgere maggiormente i consumatori - più impegno? (p.e. come soci di cooperative o associazioni?)
2. Modelli adatti al trasferimento in Italia:
 - PVC analogico o digitale (F)
 - RVL model à la Soliterre (CH) o AMAP (F) possibilmente possibile, adattato alle condizioni italiane?
3. Come promuovere la cooperazione in Italia e transnazionale



Danke für Ihre Aufmerksamkeit

9. Dezember 2019

Ansicht>Fusszeile)



????

????

????

??