STRATEGIA E FILOSOFIA

Comitato Promotore Distretto Biologico dell'Appennino Bolognese

INDICE

STRATEGIA E FILOSOFIA

INTRODUZIONE: PERCHÉ UN DISTRETTO BIOLOGICO?

STUDIO DI FATTIBILITÀ E COMITATO PROMOTORE: LA METODOLOGIA DEL PIANO

LA STRUTTURA LOGICA DEL PIANO

1. LO SCENARIO DELL'APPENNINO BOLOGNESE

    1.1 AMBITO TERRITORIALE

    1.2 AMBITO PRODUTTIVO

    1.3 SETTORE AGRICOLO, AGRO ALIMENTARE, COMMERCIO E TURISMO

    1.4 I TREND IN ATTO

    1.5 I PUNTI DI FORZA DELLO SCENARIO APPENNINICO

2. VISIONE E STRATEGIE

    2.1 LA VISIONE DEL DISTRETTO BIOLOGICO

    2.2 PRINCIPI TRASVERSALI

PIANO DI AZIONE

3. OBIETTIVI E INTERVENTI

    3.1 OBIETTIVO GENERALE A – GESTIONE AGROECOLOGICA DEL TERRITORIO

    3.1.1 Obiettivi specifici A - Contrastare l'abbandono della agricoltura nella media ed alta montagna

        a) Consolidare e favorire l'agricoltura biologica

        b) Valorizzare e qualificare in modo integrato le filiere e i sistemi produttivi locali con particolare riferimento alla trasformazione locale delle materie prime anche attraverso la ricerca scientifica

        c) Migliorare la sostenibilità ambientale del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse presenti sul territorio

    3.1.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale A (elencare ambiti generali di intervento ad es. formazione, progetti investimenti)

    3.2 OBIETTIVO GENERALE B - ACCRESCERE IL CONSUMO LOCALE DELLE PRODUZIONI BIOLOGICHE DEL TERRITORIO

    3.2.1 Obiettivi specifici B – Consumo consapevole delle produzioni agro alimentari locali di qualità

a) Potenziare, qualificare ed innovare i mercati comunali riservati alle produzioni locali di qualità
b) Stimolare l'utilizzo delle materie prime locali nella ristorazione locale
c) Sensibilizzare ed informare per incoraggiare una sana alimentazione anche attraverso la ricerca scientifica

3.2.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale B (elencare ambiti generali di intervento ad es. formazione, progetti investimenti)

3.3 OBIETTIVO GENERALE C - SVILUPPARE UN MARKETING EFFICACE E INNOVATIVO

3.3.1 Obiettivi specifici C – Diffondere e promuovere il Distretto, la sostenibilità ambientale e sociale

a) Creare il brand del Distretto
b) Sviluppare idonei strumenti di comunicazione
c) Aumentare l'attrattività del Distretto

3.3.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale C (elencare ambiti generali di intervento ad es. formazione, progetti investimenti)

3.4 OBIETTIVO GENERALE D - REALIZZARE UNA GOVERNANCE EFFICIENTE E PARTECIPATA NEL PROCESSO DI ELABORAZIONE E DEFINIZIONE DEL PIANO DISTRETTUALE

3.4.1 Obiettivi specifici D – Identità territoriale sostenibile

a) Promuovere la gestione integrata e partecipata, l'aggiornamento continuo del Piano e le scelte degli operatori e delle amministrazioni in direzione della sostenibilità e dell'innovazione
b) Coinvolgere in maniera sistematica la ricerca scientifica
c) Inserire il Distretto nelle reti nazionali e internazionali coerenti con le proprie strategie

3.4.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale D (elencare ambiti generali di intervento ad es. formazione, progetti investimenti)

INTRODUZIONE: PERCHÉ UN DISTRETTO BIOLOGICO?

La costituzione di un distretto biologico in senso stretto riferisce, nella maggior parte dei casi, ad aree fortemente vocate alla produzione biologica che basano le loro caratteristiche su filiere produttive specifiche battezzandosi come APS (associazioni di promozione sociale), consorzi o altre forme associative o societarie.

La sfida lanciata dal progetto Distretto Biologico Appennino Bolognese ricade nel superare il concetto di filiera singola ampliando l'orizzonte ad un discorso territoriale, che riguardi da vicino non solo le imprese agricole ma l'intera società civile ed imprenditoriale oltre che amministrativa ed istituzionale: da un lato, per coinvolgere attivamente quante più persone possibili sensibilizzando ad un modello di vita sano e salutare, in cui la produzione biologica si inserisca attivamente nella quotidianità di produttori a consumatori come effettivo stile di vita; dall'altro, per promuovere il territorio da un punto di vista produttivo (prodotti agricoli, trasformati, menù ed artigianato sostenibile, buono, sano e pulito), turistico ed agro-ecologico.

Tale ampliamento della definizione "distretto biologico" ha implicato, ed ancora oggi implica, un insieme di sforzi, lavoro, ricerca e studi non indifferente, in particolar modo per quanto concerne il rinnovo del concetto all'interno della società civile, che, per la prima volta, si vede pari protagonista con tutti gli altri stakeholder coinvolti all'interno del mondo biologico.

Questo impegno, agricolo, ecologico e sociale, intrapreso dai promotori del progetto, è ancora oggi in evoluzione ed in fase attiva, e sarà oggetto di approfondimento in questa sede.

La scelta di costituire un distretto biologico nell'area dell'Appennino Bolognese, concerne, come confermato dallo studio di fattibilità, la naturale vocazionalità del territorio, dei produttori, degli enti pubblici e di tutti gli stakeholder coinvolti, al biologico, alla sostenibilità e ad uno sviluppo della salubrità dell'intero comprensorio territoriale. L'area GAL Appennino Bolognese, coinvolta interamente dal distretto biologico, presenta infatti 18.689,42 ha di terreno certificato biologico, corrispondenti al 33% della SAU totale del territorio.

Le tre chiavi di volta che interessano i distretti biologici vengono incluse e declinate con competenza ed inclusione nel progetto Biodistretto Appennino Bolognese.

Il nascente distretto pertanto, ha dimostrato di volersi distinguere dagli altri distretti investendo equamente sui tre criteri ed obiettivi principali, fondamentali per la riuscita del progetto: raggiungere una sostenibilità ambientale, sociale ed economica.

La sostenibilità ambientale, poiché si tratta di un distretto che non intende ragionare per filiera ma per territorio e sviluppo e gestione agroecologica di tutti i comuni coinvolti. All'interno di questo impegno, si vedono coinvolti i

produttori locali, i quali si impegneranno e saranno accompagnati nella valorizzazione e qualificazione dei sistemi produttivi, con l'aiuto della ricerca scientifica e quindi del mondo accademico; i semplici cittadini ed abitanti locali, i quali, di fronte ad impegni legati allo sviluppo agro-ecologico vedranno valorizzata la totalità del territorio, con nuove opportunità ed un ambiente più salubre in cui vivere e a cui partecipare attivamente con azioni concrete; i turisti e gli avventori esterni, i quali imparando a conoscere un'area attenta all'ambiente ed alla salubrità, saranno incentivati a tornare, sia come vacanza ma anche insediandosi, aiutando il contrasto all'abbandono; gli enti locali, i quali potranno mostrare di avere comuni salubri e all'avanguardia da un punto di vista agro-ecologico, con impegni semplici ma importanti da mantenere.

All'interno della sostenibilità ambientale è importante citare anche la valorizzazione delle risorse presenti sul territorio, poiché assieme alla cultura del biologico, il concetto di km0, altrettanto (se non addirittura più) sentito da parte sia delle comunità che per quanto concerne l'impatto ambientale; altresì, un corretto uso delle risorse locali, concorre direttamente al contrasto all'abbandono del territorio, fornendo nuove opportunità e consolidando quelle già presenti.

La sostenibilità economica altrettanto, risulta di importanza fondamentale, pertanto il distretto intende investire su progettualità particolarmente sentite dai partecipanti, che possano coinvolgere tutti gli "attori" del territorio, partendo dai produttori, alle associazioni ed enti, sino ai consumatori stessi. Il corretto sviluppo e la promozione del distretto in quanto anche economicamente rilevante, diventa necessariamente chiave dell'aggregazione. L'idea di creare un brand del distretto, che distingua i prodotti del territorio che concorrono alla salubrità ed alla stabilità e credibilità della forma aggregativa stessa, è un tema rilevato come vitale da parte dei partecipanti al distretto, i quali hanno manifestato forte interesse nello sviluppo di tale progettualità. A concorrere alla sostenibilità economica inoltre, anche lo sviluppo di idonei strumenti di comunicazione e di attrattività sia di territorio che di prodotto sono fortemente percepiti come necessari dai partecipanti. La comunicazione stessa della salubrità territoriale e di prodotti infatti, sono volano turistico-economico di notevole forza, spesso percepiti dai produttori come secondari o marginali alle caratteristiche organolettiche del prodotto, si comprende bene oggi come in realtà siano altrettanto necessari.

Tale processo concorrerà al riconoscimento, da parte dei consumatori, della qualità produttiva e, per questo, ad un maggior riconoscimento economico percependo, tra l'altro, l'impegno del tessuto produttivo verso una sempre maggiore tutela delle risorse ambientali.

In merito alla sostenibilità sociale, è stato in questo caso imprescindibile il coinvolgimento pieno ed attivo di tutte le figure territoriali: la forza del distretto stesso proviene dall'unione di territori anche molto distanti e diversi fra

di loro, con aree più o meno vocate a particolari colture e con tradizioni anche molto differenti. Ne consegue un obiettivo comune, una "casa" in cui incontrare le esigenze di ognuno e dove potersi scambiare esperienze, opinioni e formazione sia la culla sociale necessaria alla crescita ottimale del distretto biologico Appennino Bolognese.

Il Distretto Biologico Appennino Bolognese sarà quindi la "casa del biologico" e di tutte la comunità del territorio interessate ad uno sviluppo e ad una gestione agro-ecologica positivi.

La sostenibilità sociale implica che la crescita economica collettiva sia perseguita senza sacrificare la qualità della vita dei singoli. Garantire condizioni di benessere è una responsabilità sociale che implica azioni concrete che interessa, in questo caso, i sistemi territoriali e il rapporto con le risorse naturali. L'inclusività del distretto, quindi, permetterà la manifestazione di tutte le necessità dei vari settori socio – economici coinvolti, nonché il singolo individuo.

STUDIO DI FATTIBILITÀ E COMITATO PROMOTORE: LA METODOLOGIA DEL PIANO

L'effetto di uno studio di fattibilità e la costituzione di un comitato promotore che coadiuvassero la costituzione del distretto bio in oggetto e che dessero seguito all'interesse diffuso e sentito di affermare un raggruppamento sensibile alle tematiche fondamentali e milestone ideologiche del distretto biologico, sono risultate pertanto necessarie.

Nello specifico, lo studio di fattibilità è stato effettuato in due macro-fasi, declinate in una principale indagine territoriale ed una successiva azione di diffusione, coinvolgimento, sensibilizzazione e divulgazione, al fine di garantire uno sviluppo organico progettuale successivo volto alla partecipazione altamente inclusivo.

Si può quindi esplicitare la metodologia del piano, entrando nel merito dello studio di fattibilità, come segue e come riportato all'interno degli altri documenti ad esso correlati:

Indagine Territoriale, svolta al fine di:

- Mappare le produzioni e le aziende di trasformazione biologiche: quantità esistenti e potenziali. Infrastrutture di trasformazione e analisi dei fabbisogni;
- Mappare i consumi di prodotti biologici: agriturismi, alberghi, ristoranti, mense;
- Analisi degli aspetti distributivi delle produzioni e proposte logistiche;

- Verificare la propensione al consumo nelle mense;
- Quali prodotti si prestano all'agricoltura biologica (ad es. Settore vitivinicolo, castagne);
- Analisi nelle amministrazioni comunali relative a: sostenibilità, gestione del territorio, mense scolastiche;
- Identificazione di tre aree pilota omogenee;
- Valorizzazione delle valenze ambientali, turistiche e produttive non agricole, quali elementi di fortificazione per la creazione di un Biodistretto.

B. Diffusione, coinvolgimento, sensibilizzazione e divulgazione

- Interviste con i produttori e trasformatori per valutare l'interesse al progetto considerando anche la certificazione biologica collettiva;
- Interviste agli amministratori locali per verificare il loro interesse e stimolarne l'adesione, individuando così le amministrazioni più propense
- Incontri pubblici a livello locale: animazione e sensibilizzazione
- Strumenti ICT finalizzati alla creazione della rete e come strumento operativo a disposizione per la promozione e sviluppo del processo;
- Attività promozionali e di marketing territoriale per dare ampia diffusione e per il coinvolgimento degli attori locali;
- Produzioni di materiali divulgativi: grafica e contenuti per una facile identificazione anche di immagine del progetto.

All'interno della seconda fase progettuale invece, si è inteso includere e sviluppare gli step concernenti il percorso partecipativo successivo che, a seguito della costituzione di un comitato promotore, si sono effettuate:

- Definizione territoriale del Biodistretto;
- Predisposizione delle bozze protocolli;
- Accompagnamento ad aziende e comuni;
- Animazione, coinvolgimento, sensibilizzazione.

La costituzione del comitato promotore, passaggio necessario al fine di istituire un distretto biologico in territorio nazionale, ha permesso inoltre di raccogliere le manifestazioni di interesse alla partecipazione al distretto biologico, mappando ed acquisendo un importante database, fondamentale per lo sviluppo organico dell'aggregazione.

Di seguito, alcuni dati inerenti agli aderenti al comitato promotore, divisi per comune di provenienza e per gruppo di appartenenza, concernenti i primi sei mesi di attività del comitato promotore stesso, dal 3 settembre 2020 al 3 marzo 2021.

Le maggiori adesioni raccolte, nei numeri di 18, 15 e 11 ricadono nei comuni di Bologna, Valsamoggia e Lizzano in Belvedere, con maggiore interesse dal bolognese per quanto riguarda le associazioni, le scuole e gli enti pubblici e dai comuni dell'Appennino per quanto concerne le imprese agricole. Tali adesioni, superano nettamente gli altri comuni, il cui numero più elevato successivo è di 6 aderenti.

Osservando i dati nel complesso emerge un 50% di aderenti provenienti dal mondo agricolo, in forma singola o societaria, un 25% dal mondo associativo/pubblico ed il restante da altre fonti, come imprese extra agricole e cittadini interessati.

Comuni in area Biodistretto	N° Aziende Agr. + Società Agr.	N° Privati Cittadini	N° Imprese Extra Agro	N° Enti Pubblici + Scuole + Associazioni	Totale
Alto Reno Terme				1	1
Bologna	1		4	13	18
Borgo Tossignano	4				4
Camugnano	2				2
Casalecchio di Reno			2		2
Castel d'Aiano	1			1	2
Castel del Rio	1			1	2
Castel di Casio	1				1
Castiglione dei Pepoli	1				1
Fontanelice	1			1	2
Gaggio Montano	2				2
Grizzana Morandi	2		2		4
Lizzano in Belvedere	10			1	11
Loiano				1	1
Marzabotto	4			1	5
Monghidoro	3	1	1		5
Monterenzio	4				4
Monte San Pietro	3				3
Monzuno	1				1
Pianoro	4	2			6
San Lazzaro di Savena	3			1	4
Sasso Marconi	3	1		1	5
Unione Appennino Bolognese				1	1
Valsamoggia	11	2		2	15
Vergato	1		2	3	6
Zola Predosa	2				2
Altri comuni fuori area	1	2	8	3	14
TOTALE	**66**	8	19	30	**123**

Entrando nello specifico degli step relativi alla seconda fase del piano, riferendo espressamente ai quattro punti principali affrontati e sviluppati, si può riportare quanto segue per ciascun aspetto.

- Definizione territoriale del Biodistretto:

Il territorio coinvolto dalla progettualità, come confermato nei successivi incontri territoriali svoltisi, si conferma essere l'intera area dell'Appennino Bolognese, contante 29 comuni, a cui si è aggiunto, come comune partecipante non produttore, il comune di Bologna. Quest'ultimo ha immediatamente intuito l'importanza strategica di partecipare attivamente al distretto, sia in termini di collaborazione socio-economica, sia ovviamente in termini di benefici ambientali per il proprio territorio.

All'interno del territorio, i produttori, trasformatori, imprenditori ed associazioni con sede nei 29 comuni possono partecipare attivamente all'interno del distretto, come fondatori o partecipanti, mentre i singoli cittadini sensibili alla causa, residenti o domiciliati in qualsiasi altra zona, possono manifestare il loro supporto aderendo al progetto in forma partecipativa sensibile non produttiva o amministrativa.

Tale formula richiede una particolare attenzione nella stesura e nella modalità partecipativa, al fine di massimizzare la partecipazione non inficiando la presenza, internamente al distretto, di una maggioranza attiva appartenente ai 29 comuni appenninici.

L'opportunità di aderire attivamente, demandata ai comuni dell'Appennino, non rende obbligatoria la partecipazione delle singole amministrazioni, e non preclude ai produttori, trasformatori ed appartenenti a qualsiasi altra categoria prevista, di partecipare al progetto nonostante l'assenza della propria amministrazione di riferimento.

Osservando infine le percentuali a biologico emerse dall'analisi interna allo studio di fattibilità, per quanto concerne le unioni di comuni ed i comuni fuori unioni, risulta qualificante la scelta di coinvolgimento totalitaria dell'area Appennino Bolognese. Come riportato in analisi:

Comuni/Unioni di comuni	Media
ALTO RENO TERME	24%
UNIONE COMUNI DELLE VALLI DEL RENO, LAVINO E SAMOGGIA	19%
NUOVO CIRCONDARIO IMOLESE	36%
UNIONE MONTANA VALLI SAVENA – IDICE	51%
UNIONE DEI COMUNI DELL'APPENNINO BOLOGNESE	28%
SAN LAZZARO DI SAVENA	13%
MEDIA COMPLESSIVA DEL TERRITORIO	**33%**

- Predisposizione delle bozze protocolli:

Nella predisposizione delle bozze dei protocolli ricadono quell'insieme di stesure di materiale scritto concernenti le attività del comitato promotore, del progetto e degli step interni effettuati.

Sono ricomprese all'interno di tale voce: la produzione di materiale scritto inerente alla forma giuridica, alla strategia ed al piano di azione in oggetto, alle attività svolte nel periodo pre-costitutivo come la gestione del contest del logo. Tali predisposizioni sono sempre state concordate con il comitato direttivo del comitato promotore, il Presidente ed il delegato GAL.

- Accompagnamento ad aziende e comuni:

L'accompagnamento delle aziende e delle amministrazioni coinvolte, nonché delle associazioni e delle altre forme aggregative, ha presentato risvolti differenti: da coordinamento e gestione per riunioni per area, per progetto o per settore, alla gestione quotidiana in accompagnamento alle personalità coinvolte, comprensiva di aggiornamenti mirati e specifici e disponibilità costante al contatto nel periodo di azione.

Tali aspetti dello step in oggetto, si fondono e sfociano in parte all'interno delle azioni previste dall'ultima azione di animazione, ma risultando più mirati e specifici per le singole realtà, divergono leggermente.

- Animazione, coinvolgimento, sensibilizzazione:

Le azioni di animazione, coinvolgimento e sensibilizzazione, seppur semplici, nella loro continuità e costanza, rappresentano all'interno del piano un aspetto fondamentale.

1. LO SCENARIO DELL'APPENNINO BOLOGNESE: 1.1 AMBITO TERRITORIALE

L'ambito territoriale, precedentemente citato in merito alla definizione dell'area progettuale, necessita di una speciale analisi e descrizione.

Come emerso dall'analisi di fattibilità, la percentuale media di SAU biologica interna all'area candidata supera il 30%, tale conferma promette positivamente alla candidatura dell'intero territorio. A tale dato, si aggiunge l'interesse delle amministrazioni dei comuni coinvolti, che per convenzione citeremo numericamente come 30 qualora inclusivi dei comuni dell'Appennino bolognese più il comune di Bologna, e 29 qualora escluso.

Il monitoraggio di tale interesse si è mantenuto durante lo svolgimento di entrambe le fasi I e II, attraverso il costante scambio con le amministrazioni e con le altre personalità coinvolte, singolarmente, in riunioni di settore ed in riunioni pubbliche.

Entrando nel merito specifico delle produzioni agricole e di trasformazione, risulta interessante sottolineare le vocazionalità settoriali differenti per le diverse sotto-aree coinvolte. Un aspetto fondamentale concerne alcune limitazioni territoriali consorziali e di opportunità legate alle certificazioni più svariate come DOCG, DOP ed IGP. A tal proposito, si declinano di seguito i principali casi di interesse.

Una prima zonizzazione, inerente al settore lattiero-caseario, riguarda la certificazione "DOP Parmigiano Reggiano", che ha garantito, per l'area volgarmente denominata "sinistra Reno" la possibilità di entrare in un circuito di eccellenza con particolari condizioni sia produttive che qualitative. Tale opportunità, rende molto interessante l'investimento aziendale e produttivo in tale settore, mostrando una distanza importante con l'area "destra Reno". In mappa una descrizione grafica della divisione fisica dell'area in oggetto.

Un altro caso di zonizzazione determinata dalla vocazionalità e dalla conseguente certificazione geografica concerne i "Marroni IGP di Castel del Rio", che consentono alla produzione di avere un riconoscimento sul mercato di rilievo, affermando il prodotto con forza e permettendogli di emergere con spicco al di sopra di altre produzioni di marrone localizzate all'interno dell'area Appennino bolognese. In mappa una descrizione grafica dell'area in oggetto di certificazione, comprensiva dei comuni Castel del Rio, Fontanelice, Casalfiumanese, Borgo Tossignano. Si aggiunge che l'accesso a tale certificazione, come negli altri casi descritti, permette una remunerazione maggiore ed un riconoscimento qualitativo immediato del prodotto da parte del consumatore.

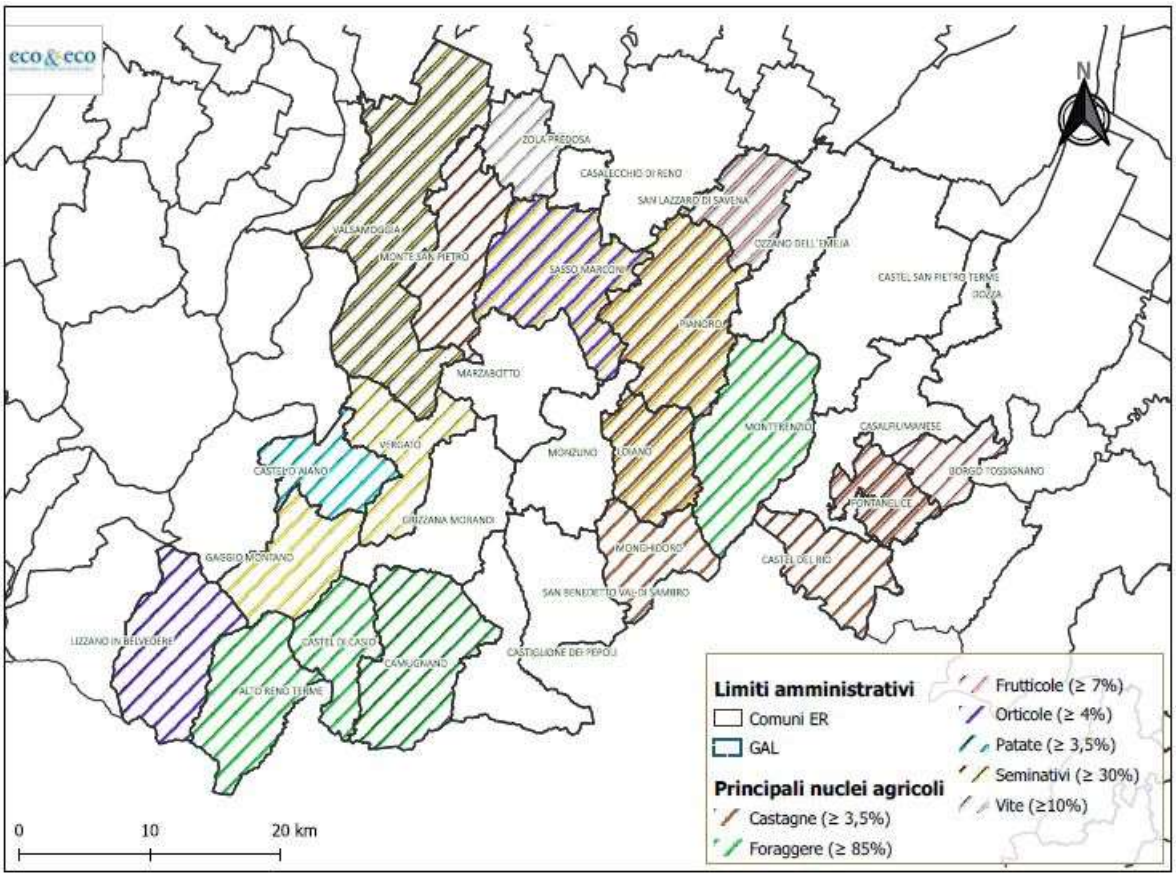
Il terzo caso di certificazione di rilievo è il "Pignoletto dei Colli Bolognesi DOCG", il quale garantisce ai produttori ed ai consumatori un immediato riconoscimento di provenienza, di vocazionalità e di qualità del prodotto.

Sono inoltre presenti altre forme di riconoscimento non certificato che rendono particolarmente riconoscibili alcuni prodotti di determinate sotto-aree, un caso è la patata di Tolè, molto conosciuta dai frequentatori dell'area e, per

il consumatore, garanzia di un determinato standard di qualità; potenzialmente, tale qualità non risulta effettivamente garantita da una certificazione, ma la percezione del consumatore è comunque positiva in quanto il km0 e la vocazionalità dell'area danno al prodotto la sicurezza ricercata dal cliente.

Tali produzioni e prodotti risultano però, come si può comprendere dalla descrizione, come casi di affermazione positiva sul mercato "isolati", e pertanto non inseriti in una programmazione e contesto territoriale che supporti maggiormente il loro valore potenziale.. Tale qualificazione necessita di emergere al fine di esaltare le potenzialità comuni all'area progettuale: l'elevata percentuale di SAU biologica, la dimensione aziendale ed economica contenuta delle imprese locali come tutela del territorio ed elemento di contrasto all'abbandono, la scarsa presenza antropica come elemento di naturalità dei territori e salubrità.

Per migliore comprensione in relazione al discorso territoriale, risulta interessante analizzare la seguente rappresentazione grafica concernente la SAU biologica prevalente in percentuale sulla SAU totale estrapolata dallo studio di fattibilità del progetto, poiché propone una visione complessiva che richiama, oltre a dati puntuali, anche un suggerimento della vocazionalità agricola dei singoli comuni.



Come traspare dall'analisi grafica territoriale, le differenze in merito alla vocazionalità delle colture ed alle scelte colturali effettuate dalle singole imprese agricole è molto differenziata e varia.

In alcuni casi, la morfologia e la geologia delle singole aree del territorio (tessitura del terreno, pH ed altre caratteristiche del suolo) impongono determinate scelte colturali, ad esempio, nelle zone più argillose e con suoli di difficile lavorazione, è probabile trovare una elevata percentuale di SAU dedicata alle foraggere. Un'altra caratteristica impattante, sempre legata alla morfologia territoriale riguarda la disponibilità idrica, la quale, ad esempio, ha permesso all'area del comune di Lizzano in Belvedere di sviluppare un interessante nucleo agricolo legato all'orticoltura. In altri casi, la ripresa della tradizione e di colture secolari rodate ed impiantate nei secoli precedenti, ha creato possibilità colturali differenti, come nel caso della castanicoltura nelle aree dell'imolese. Per quanto concerne la viticoltura, le aree più vocate risultano essere i colli bolognesi, coadiuvate dalla presenza della sopracitata certificazione territoriale.

1. LO SCENARIO DELL'APPENNINO BOLOGNESE: 1.2 AMBITO PRODUTTIVO

Nella progettualità pensata e sviluppata per il distretto biologico Appennino bolognese, si è valutato l'insieme di potenzialità concernenti non solo la vocazionalità colturale dell'area e la morfologia territoriale, ma anche l'ambito produttivo in cui si è inteso costruire e sviluppare il distretto.

I macrosettori che si è inteso proporre come pilota sono i seguenti:

- Cerealicolo;
- Lattiero-caseario;
- Vitivinicolo;
- Castanicolo;
- Ortofrutticolo e officinale;
- Miele.

Tale selezione è stata effettuata dal comitato promotore e dal comitato direttivo, i quali hanno cercato di coprire la maggior parte di macro-settori delle produzioni territoriali, tenendo aperte le possibilità ad altre eventuali proposte.

In dettaglio, in merito ai singoli settori, si approfondisce come segue.

Settore Cerealicolo

Dopo aver effettuato diversi incontri informali tra i produttori, sia interni al comitato promotore che unicamente interessati al progetto, si è organizzato e svolto un incontro pubblico aperto l'11 maggio 2021, in cui i produttori e gli interessati al tema hanno avuto occasione di confrontarsi con il presidente del comitato promotore e, soprattutto, con referenti scientifici dell'Università di Bologna. Da una prima analisi del settore, successiva alla raccolta delle informazioni e a seguito delle riunioni effettuate, è stato possibile trarre alcune interessanti conclusioni: all'interno dell'area in progetto si differenziano diverse modalità e tipi di produzione oltre che di vendita o conferimento.

Le produzioni di grano tenero e duro, a seconda della valle di riferimento, delle possibilità di conferimento ad aziende di trasformazione capaci di riconoscere un prezzo differenziato dalla grande distribuzione, creano situazioni produttive nettamente diverse per le aziende agricole dell'Appennino bolognese.

Alcuni casi di rilievo, relativi al corretto riconoscimento del valore del prodotto cerealicolo locale riguardano alcune filiere corte di interesse, che propongono come prodotto finale: farina, panificati ed altri prodotti da forno, pasta oltre che altri trasformati. Una sub-area particolarmente sviluppata in filiera corta comprende i comuni di Monghidoro, Castiglione dei Pepoli, San Benedetto Val di Sambro e Monzuno ed in parte i comuni limitrofi, con realtà trasformative di spicco con giri d'affari da più di 8 milioni e presidio economico-sociale sul territorio da più di cinquant'anni. Altre realtà interessanti che acquistano cereali dal territorio "colline bolognesi" e trasformano, si trovano nel comune di Sasso Marconi, anche se con fatturati più contenuti, ma ugualmente interessanti.

Altre zone, ricomprese all'interno della progettualità, conferiscono il loro prodotto a realtà trasformative nazionali (ma non territoriali) che valorizzano adeguatamente il prodotto locale, anche se attenendosi in prevalenza ai valori relativi alle medie nazionali di remunerazione; è il caso di alcune aziende ed imprese nei comuni di Valsamoggia e Monte San Pietro. Tale conferimento è attuato anche da imprese agricole del resto del territorio, anche se, da una prima analisi, sembrerebbe in misura più contenuta.

Un'altra formula attuata da svariate aziende agricole, riguarda l'accorciamento totale della distanza produttore-consumatore raggiungendo il cliente con una rosa di prodotti finiti che variano dal semplice cereale molito (farina etc.) al panificato o prodotto da forno. Alcuni esempi di imprese agricole organizzatesi in tal senso sono individuabili in almeno ¾ dei comuni interni all'area Appenino Bolognese, con risultati più o meno interessanti.

In conclusione, in relazione al settore cerealicolo, si è evidenziato un forte interesse da parte dei produttori per il biologico, sostenuto dai riscontri positivi degli imprenditori già certificati bio, che, chi con la formula del conferimento ad una cooperativa, chi raggiungendo direttamente il consumatore, risultano soddisfatti del percorso

intrapreso. Risultano quindi molti gli imprenditori interessati ad investire nella medesima direzione, anche se auspicando ad un mercato più ricettivo e più diretto nell'acquisto/consegna del prodotto.

Settore lattiero-caseario

A seguito di un insieme di incontri informali, come per il settore della cerealicoltura, il 17 maggio 2021 si è tenuta una assemblea pubblica aperta agli interessati del settore lattiero-caseario. Anche in questo caso, oltre al comitato direttivo del comitato promotore ed il presidente, la platea ha avuto occasione di confrontarsi con esponenti scientifici di rilievo appartenenti all'Università di Bologna. In queste sedi sono state raccolte altre informazioni che hanno portato ad una analisi sia territoriale che produttiva, di cui di seguito alcuni aspetti di spicco.

Un elemento di differenziazione territoriale importante concerne la certificazione "Parmigiano Reggiano" che, spezza nettamente l'area a progetto in due sub-aree: le cosiddette e pre-citate "sinistra Reno" e "destra Reno", che consentono, in un caso, di accedere alla certificazione territoriale e nell'altro di rimanerne esclusi. Per il settore lattiero-caseario questa divisione è un selettore importante in quanto consente ad una parte di produttori di accedere ad una remunerazione economicamente interessante, a cui si è aggiunto, per l'area in oggetto, anche il valore aggiunto "di Montagna" che valorizza ulteriormente il prodotto.

Tale distinzione impone, alle imprese ricadenti in area "destra Reno", di organizzarsi autonomamente in merito al conferimento del prodotto o alla sua trasformazione. La formula adottata dalla maggior parte degli imprenditori comprende un conferimento totale o, in alcuni casi, parziale, del prodotto a cooperative nazionali che remunerano il produttore con cifre consone ma che potenzialmente potrebbero essere maggiormente valorizzate. Tale aspetto, non soddisfacente per taluni imprenditori, ha acceso l'interesse per nuovi mercati e certificazioni, aprendo opportunità legate al "latte-fieno" e, naturalmente, al mondo del biologico. Sono stati registrati alcuni casi virtuosi di imprenditori che hanno accorciato la filiera con successo, diventando anche trasformatori e raggiungendo il cliente finale con prodotti freschi e trasformati quali latte, formaggi ed altri derivati.

Si sottolinea, ad ogni modo, come gli imprenditori anche trasformatori legati al settore lattiero-caseario siano individuabili in tutta l'area Appennino bolognese, a dispetto di qualsiasi altra divisione precedentemente citata.

Per concludere, si è registrato un forte interesse per la certificazione biologica da parte dei produttori, con più curiosità e voglia di mettersi in gioco dalla parte "destra Reno", presumibilmente causa le differenti opportunità dell'area. L'idea di abbandonare il conferimento alle cooperative, ad ogni modo, non aggrada all'unanimità gli imprenditori, i quali, tendenzialmente, si rivolgono alla cooperativa di riferimento per quanto concerne le certificazioni a loro necessarie per la vendita, rimettendosi quindi alla loro decisione finale; tale discorso comprende anche certificazioni come il biologico, influendo sulle scelte aziendali di certificarsi o meno.

Settore vitivinicolo

In merito al settore vitivinicolo, la cui assemblea plenaria aperta a tutti si è tenuta il 20 maggio 2021 a seguito di svariate riunioni inter-settoriali, ha portato ad una analisi e a delle prime conclusioni differenti e molto peculiari rispetto agli altri settori. In questo caso, l'area di maggior produzione sono i cosiddetti "colli bolognesi", con naturalmente svariate eccezioni, entro cui vi sono ricompresi esempi di viticoltura inusuale, con impianti relativamente giovani in terreni nuovi a tale coltura, sia come localizzazione che come altitudine.

Le impressioni raccolte e la prima analisi dei dati hanno mostrato un interesse per la produzione biologica e le sue opportunità, ma per questo settore in particolare, gli imprenditori hanno manifestato un buon grado di soddisfazione per quanto concerne l'affermazione attuale dei loro prodotti, sia in merito alla qualità, alla remunerazione ed alla soddisfazione del cliente. Tale differenza è confermata dalla generale attenzione che il consumatore pone sul prodotto vitivinicolo: non è infatti raro che chi acquista si concentri maggiormente su diciture come "vino naturale" o altre affermazioni non correlate alle certificazioni che, su effettive certificazioni.

Settore castanicolo

Per quanto concerne la castanicoltura, la cui assemblea di riferimento si è svolta il 13 Maggio 2021, ci si è trovati di fronte ad un settore particolare sviluppato in direzioni molto differenti, a seconda dell'area e delle opportunità dei singoli. Tali diversità, trovano un primo riscontro nella vastità di personalità differenti che si occupano di castanicoltura, si tratta infatti di un settore fortemente frequentato, oltre che da imprese agricole e coltivatori diretti, anche da persone fisiche. Questa peculiarità principe, rende difficile il monitoraggio del settore, anche in merito ai quantitativi di prodotto presenti sul mercato ed alle tipologie; la tendenza mostra tre mercati maggioritari, il mercato del fresco, il mercato del secco, ed il trasformato, per semplicità si parla pertanto di marroni e castagne fresche, marroni e castagne secche e farina, ed infine di tutte le altre formule di trasformato (tra cui castagne al vapore sotto vuoto ed altri prodotti dolciari e da forno).

Non vi è una divisione netta interna all'area in progetto per quanto concerne le zone produttive, ma si è riscontato come i comuni coinvolti dalla certificazione IGP "Marrone di Castel del Rio", siano oltre che maggiormente vocati, anche maggiormente volti alla produzione di marrone; discorso simile per quanto concerne il "marrone biondo" in altre aree dell'Appennino, anche se non soggetto a certificazione. I comuni più vicini alla pianura non sono comunque esclusi dalla coltura del castagno, la quale, seppur in forma più limitata, è presente ed in alcuni casi valorizzata. Altre zone, come i comuni di Lizzano in Belvedere, Alto Reno Terme e limitrofi, trovano come coltura principe il castagno da farina, con alcuni sporadici casi di nuovi innesti a marrone.

Durante gli incontri e le assemblee svolte, si è riscontrato un elevato interesse verso la certificazione biologica, con uno sguardo di riguardo nei confronti della certificazione collettiva, nuova frontiera della certificazione di gruppo recentemente introdotta ed approvata: Il comitato promotore ha inoltre proceduto ad effettuare un incontro con esperti di settore per approfondire ulteriormente questa tematica. Riferendosi ulteriormente alla peculiarità delle personalità interessate al settore castanicolo, si è preso atto della difficoltà relativa alla certificazione da parte delle persone fisiche, escluse dalle opportunità riferite alle personalità di imprenditore agricolo e coltivatore diretto. Un altro elemento emerso da una prima analisi dei dati è la propensione della coltura Castanea sativa per il biologico: il castagno infatti, viene raramente irrigato, trattato con fitofarmaci o cure ed interventi differenti dallo sfalcio del sottobosco, dalla potatura e dall'innesto qualora si perda la varietà di interesse. Tali caratteristiche la rendono una coltura straordinariamente semplice da gestire con metodo biologico, minimizzando anche l'intervento antropico all'interno del castagneto, particolarità che, nei secoli, è stata prevalentemente rispettata dai gestori, i quali ancora oggi intervengono il meno possibile. La certificazione biologica di questi impianti pertanto, porrebbe come unico impegno la gestione burocratica della certificazione stessa, non implicando cambiamenti della gestione colturale degli stessi.

Settore ortofrutticolo ed officinale

I settori ortofrutticolo ed officinale, nella gestione assembleare e di incontri, i quali sono stati proposti assieme per motivazioni che seguiranno, hanno visto come data assembleare il 24 maggio 2021. A seguito degli incontri effettuati, si è confermata la scelta di associazione settoriale, in quanto, tra gli imprenditori coinvolti nel settore ortofrutticolo, troviamo anche buona parte degli esponenti del settore officinale.

Un nucleo di produttori molto sviluppato negli ortaggi e nelle officinali, sensibilmente volto al biologico ed alla filiera corta, è individuabile nell'area di Lizzano in Belvedere; sono inoltre presenti altre realtà disseminate sul resto dell'intera area progettuale, ma le quali raramente si sono organizzate in forme associative o di condivisione come la realtà di Lizzano in Belvedere. La formula di vendita più sentita ed utilizzata dai produttori, per quanto concerne gli ortaggi, è la partecipazione diretta come azienda ai mercati locali assieme alla vendita diretta in azienda, seguita dal conferimento ai GAS e la consegna a domicilio: raramente realtà piccole e virtuose come quelle in analisi cedono il prodotto a cooperative o realtà intermediarie. Tale scelta, oltre a rispettare l'idea di filiera corta e di avvicinamento produttore-consumatore, garantisce una migliore remunerazione alle piccole imprese. In merito alla produzione e vendita di officinali, sementi per officinali e derivati, la scelta comprende spesso diverse formule di vendita: oltre ad una piccola produzione di trasformati secchi (es: tisane), una buona percentuale di prodotto viene conferita a cooperative specifiche, spesso ad indirizzo farmaceutico o erboristico, le quali valorizzano particolarmente il prodotto. A tal fine, non è raro che vi siano dei contratti di produzione, ove il trasformatore

richiede espressamente al produttore la coltivazione di una determinata coltura e varietà. L'associazione di queste formule di produzione e vendita, rende possibile la sopravvivenza anche di aziende estremamente piccole, coadiuvate dalla scelta di effettuare anche formule di scambio di lavoro e scambio di attrezzatura tra produttori,.

Settore miele

Il settore miele ha visto anch'esso dedicato un insieme di riunioni ed una assemblea pubblica conclusiva tenutasi l'8 giugno 2021, aperta al pubblico ed agli interventi di tutti gli interessati.

Anche questo settore, come forse unicamente riscontrabile nel settore castanicoltura, comprende un interessante numero di persone fisiche, le quali però, viste le esigue quantità di produzione, raramente influiscono significativamente sul settore. Da un'analisi dei dati raccolti e dalle informazioni scambiate nel susseguirsi degli incontri, sono emerse realtà e volontà estremamente interessanti per quanto concerne lo sviluppo ulteriore del settore con particolare riferimento al biologico. In specifico, l'interesse da parte degli apicoltori nel portare alcune arnie, in forma nomade o stanziale, all'interno delle aziende agricole ed imprese biologiche del territorio, al fine di poter garantire le condizioni ideali per la produzione di miele biologico, è molto sentito. Di risposta a questa richiesta ed interesse, gli agricoltori si sono dimostrati aperti ed interessati alla cooperazione.

1. LO SCENARIO DELL'APPENNINO BOLOGNESE: 1.3 SETTORE AGRICOLO, AGRO ALIMENTARE, COMMERCIO E TURISMO

Lo scenario complessivo individuabile nell'area dell'Appennino Bolognese, per quanto concerne le interazioni tra i vari settori, si presenta come un connubio interessante di differenti interazioni ed associazioni, in parte scelte indipendentemente, in parte coadiuvate dalle caratteristiche peculiari dovute al territorio: trattandosi di un insieme di comuni molto vocato allo sviluppo dei settori agricolo e più in generale, agro-alimentare, ne consegue come una parte dei settori commerciale e turistico ne vengano influenzati. Sono d'altronde presenti sporadiche aree più industriali, spesso allocate nelle zone più pianeggianti e vicine ai fiumi, ma la progettualità in oggetto non riferisce alle suddette.

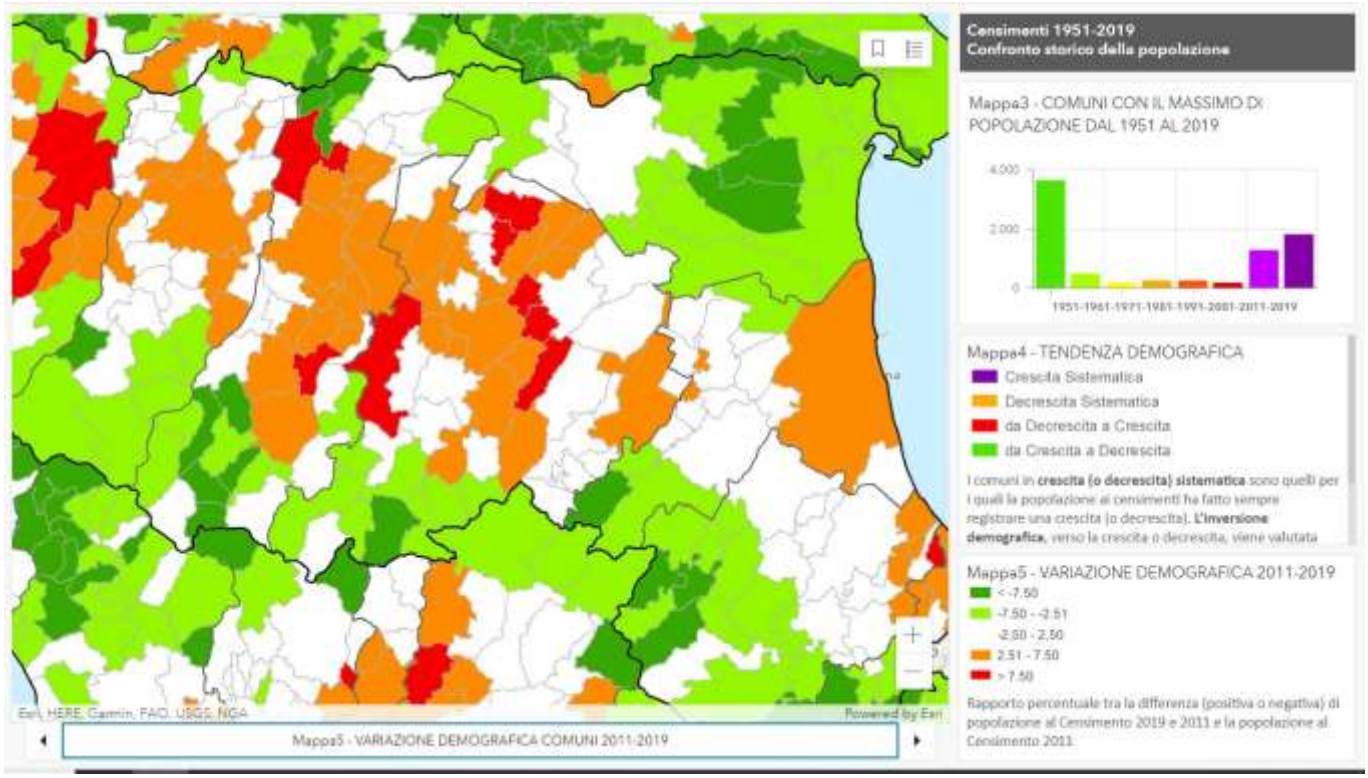
Il settore turistico, in primis, viene direttamente influenzato dall'ambiente in cui viene sviluppato, pertanto la presenza di un ricco settore agricolo ed agroalimentare insiste positivamente sulle opportunità turistiche locali, dando la possibilità agli imprenditori locali di avvicinare realtà differenti e sviluppare progettualità comuni. D'altro canto, per quel che concerne le realtà di trasformazione agro-alimentare, si è registrato, in diversi casi, come le produzioni proposte dall'area Appennino bolognese non riescano a coprire le necessità delle aziende di trasformazione, le quali svolgono nella maggior parte dei casi, attività di contoterzismo o, in alternativa, ricorrono all'acquisto delle materie prime da fuori area, in quanto altrimenti non economicamente sostenibili; anche per quanto concerne la ristorazione, l'acquisto di materie prime fuori area procede ancora per la maggiore.

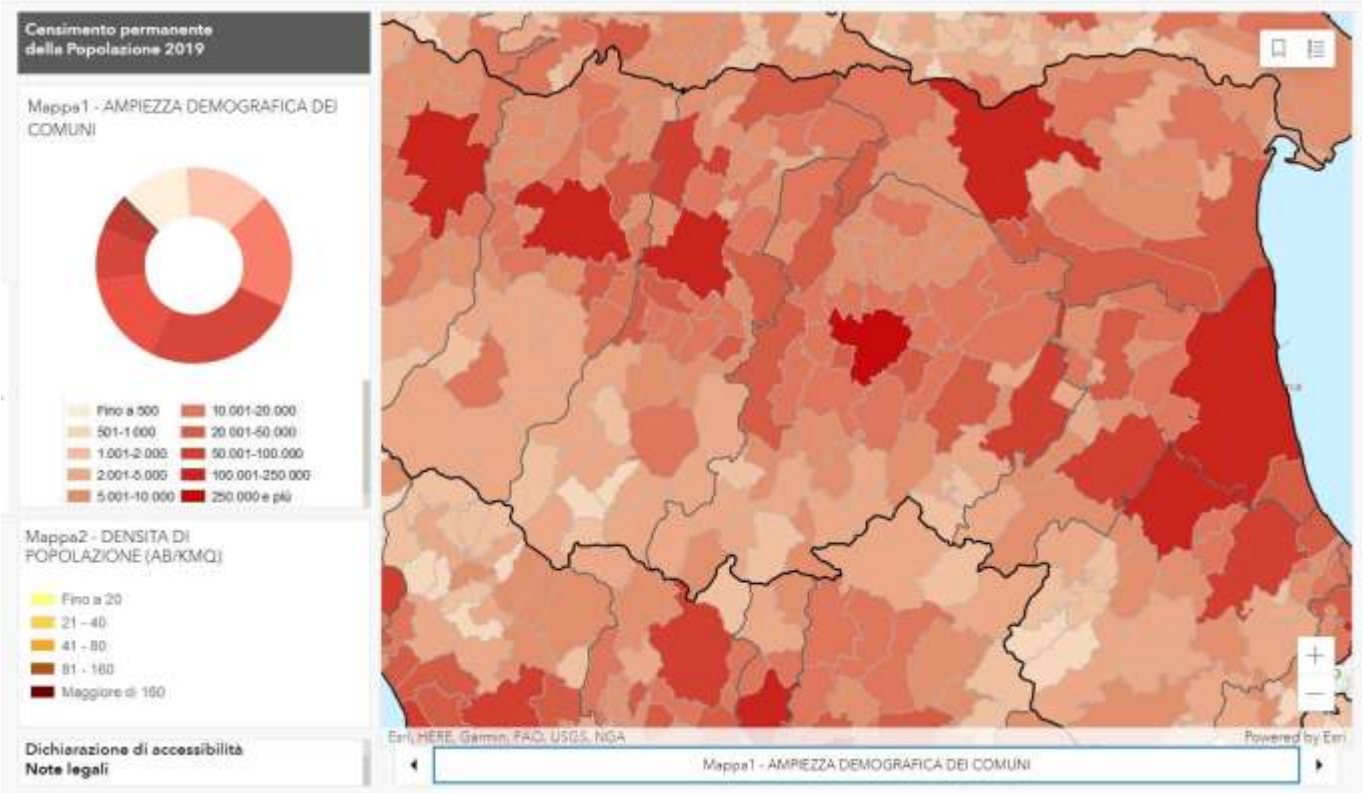
Lo sviluppo dei punti di incontro tra i settori è quindi una necessità primaria in quanto solo un'azione congiunta tra di essi può garantire il successo delle progettualità interne all'area. E' quindi necessario indagare ulteriormente sulle disponibilità e sul potenziale produttivo agricolo locale, in quanto, da una prima indagine, emerge come la scarsa comunicazione tra le personalità coinvolte sia la causa principale della scarna rete territoriale di scambio. È infatti uno degli aspetti maggiormente lamentati da ristoratori e trasformatori, la poca informazione relativa alle disponibilità delle materie prime del territorio, ed è inoltre stato rimarcato l'interesse per il km0 ed il biologico locale, sia per ragioni legate alla sostenibilità e solidarietà, ma anche e soprattutto per via dell'elevato interesse del consumatore nel consumo di prodotti locali e salubri. Discorso similare per quanto riguarda il turismo, che in realtà, con più elasticità e maggior velocità, si sta avvicinando alla realtà agricola territoriale al fine di proporre una rosa esperienziale unica nel suo genere, aspetto anche in questo caso estremamente sentito dal consumatore. Alcuni esempi concernono direttamente l'agri-turismo, ma gli stessi pacchetti turistici coinvolgono sempre più frequentemente esperienze "in fattoria" a contatto con gli animali o degustazioni di prodotti tipici, senza contare il turismo legato al paesaggio, il quale costantemente influenzato dalle operazioni agricole effettuate e dalle colture in atto.

Una operazione di congiunzione ed avvicinamento, oltre che di dialogo e costruzione di una rete tra le personalità coinvolte è quindi uno dei focus coadiuvanti che il Biodistretto Appennino bolognese può e deve necessariamente sviluppare, sia per ottenere una realtà biodistrettuale solida, ma ancor di più per il corretto sviluppo territoriale.

1. LO SCENARIO DELL'APPENNINO BOLOGNESE: 1.5 I TREND IN ATTO

Per quanto concerne la situazione demografica dell'Appennino bolognese, si riportano di seguito due mappe infografiche che possano illustrare gli attuali trend di crescita e decrescita, a seconda del comune di riferimento. Si è registrata, come è identificabile da mappa, una importante decrescita demografica nel tempo nelle zone appenniniche e la densità di popolazione per kmq risulta ad oggi sensibilmente bassa.





1. LO SCENARIO DELL'APPENNINO BOLOGNESE: I PUNTI DI FORZA DELLO SCENARIO APPENNINICO

Analizzando le caratteristiche dell'area Appennino bolognese e volendo effettuare una prima SWOT analysis, con i dati raccolti a disposizione, emergono interessanti opportunità, sia dai punti di forza che dalle debolezze dello stesso.

Entrando nel merito, si riporta di seguito un primo grafico di analisi.

	Helpful	Harmful
Internal	Strenghts Ambiente salubre ed Elevata naturalità (bassa antropizzazione); Presenza di attività agricole tradizionali; Caratterizzazione morfologica territoriale peculiare; Artigianalità: dimensioni aziendali ridotte;	Weaknesses Servizi; Distanza; Bassa antropizzazione;

External	Opportunities: Interesse per biologico e km0; Turismo di prossimità; Turismo slow	Threats: Altre forme di turismo; Costi elevati del biologico; Cambiamento climatico che rende difficile l'applicazione di una agricoltura biologica; La presenza sul mercato di un Biologico estero non europeo; L'attuazione di politiche e scelte politiche territoriali non idonee all'agricoltura biologica.

STRENGHTS/Punti di forza:

L'ambiente salubre e l'elevata naturalità, rappresentano per l'area in progetto una forza non indifferente in quanto, soprattutto in correlazione al consumo ed al turismo locale, i quali vedono un consumatore sempre più sensibile ed attento alle tematiche salutari, siano esse in correlazione all'agroalimentare o al turismo. Un ambiente salubre inoltre, è anche garanzia positiva per chi abita quotidianamente il luogo, pertanto gli stessi operatori, agricoli, del commercio o del turismo che siano, possono giovare della qualità ambientale superiore. Tali caratteristiche possono inoltre, se ben trasmesse all'esterno, attivare nuovi processi di aumento demografico, invogliando al ripopolamento. Anche a causa del cambiamento climatico, le condizioni di vita all'interno delle grosse città ed i generale, nelle aree con maggiore densità di popolazione allocate in pianura, possono rendere ulteriormente interessante l'opportunità di trascorrere, almeno parte dell'anno, in località appenniniche. Tale forza può ricevere ulteriore supporto e condivisione con la creazione del Distretto Biologico Appennino Bolognese, il quale renderebbe ulteriormente qualificata l'area come salubre e gestita responsabilmente dagli operatori biologici del territorio, ivi comprese le amministrazioni pubbliche.

L'artigianalità e le dimensioni aziendali ridotte inoltre, permettono al consumatore di approcciare delle realtà locali a misura d'uomo, comprendendo a pieno il concetto di filiera corta e km0, e venendo anche spesso coinvolti nella quotidianità delle stagioni agricole: conoscere, non solo il comune in cui viene piantato il grano che va a comporre il panificato acquistato, ma il poter osservare alcune operazioni colturali in campo, conoscere le personalità coinvolte nei vari step di trasformazione, diventano parte integrante del prodotto stesso. Il poter sviluppare e conoscere il prodotto acquistato, senza ridurre l'azione di compravendita ad un semplice scambio inconsapevole degli step di filiera coinvolti ma ricco di esperienza, rende un'ulteriore forza all'Appennino bolognese.

La caratterizzazione morfologica territoriale invece, rappresenta un valore aggiunto estremamente importante in quanto garantisce una pluri-potenzialità agricola unica nel suo genere. Le differenze territoriali, da un punto di vista sia geologico che agricolo, hanno permesso di sviluppare settori e filiere agricole molto differenti tra di loro, creando una rosa di proposte, sia come materie prime che come trasformati, molto differenziata ed interessante anche per gli avventori. Sempre in merito alla morfologia territoriale, anche da un punto di vista turistico queste differenze interne all'area rappresentano una grande virtù, in quanto permettono la visita di realtà estremamente differenziate tra loro, da piccoli esempi di carsismo con grotte peculiari, a fiumi, monti, torrenti e valli tutte diverse tra loro.

Infine, la presenza di attività agricole tradizionali rappresenta un ulteriore punto di forza per l'Appennino bolognese poiché il loro mantenimento aggiunge ricchezza al territorio sotto diverse forme. Oltre ad essere una peculiarità territoriale e ad interessare gli avventori da un punto di vista turistico, rappresenta un'opportunità commerciale unica nel suo genere, in quanto le tradizioni locali, seppur in alcuni modi talvolta condivise con altri territori, risultano uniche. Tale unicità è quindi tramutabile in opportunità commerciale qualora valorizzata e comunicata adeguatamente, con la giusta condivisione delle informazioni anche in relazione al processo con cui è stato prodotto un determinato prodotto agroalimentare.

WEAKNESSES/Debolezze:

Vista la bassa densità di popolazione e le diverse altre caratteristiche territoriali, l'area a progetto risulta possedere diverse criticità per quanto concerne i servizi. Tale debolezza, da un punto di vista sia imprenditoriale che turistico, viene percepita come fondamentale per quanto riguarda eventuali scelte di insediamento all'interno dell'area o anche semplici visite turistiche. Le carenze in tal senso non inficiano solo gli spostamenti all'interno dell'area, ma anche le infrastrutture per la connessione internet e diversi altri aspetti.

La distanza, anche se potenzialmente percepibile come positiva per gli appassionati del turismo slow, rientra ancora tra le debolezze in quanto rappresenta un ostacolo importante per l'accessibilità a determinati servizi ed attività. In questo caso, non è possibile agire direttamente sulla debolezza, ma è possibile limitarne gli aspetti negativi rafforzando i servizi di cui sopra e cercando di valorizzarla come un punto di forza, non facendolo gravare sul turista/consumatore. La distanza è comunque ancora un forte limite per quanto riguarda le scelte insediative da un punto di vista imprenditoriale.

La succitata bassa antropizzazione, inoltre, può rappresentare una debolezza (ma in realtà anche un valore aggiunto se presentata e gestita come "naturalità" del territorio) quando ci si pone di fronte alle opportunità ed alla socialità. Talune opportunità, attività o servizi, qualora si riscontri un tasso di antropizzazione particolarmente basso,

risultano secondarie, poco sfruttate qualora presenti e quindi non remunerative e non sviluppate. I giovani ad esempio, per alcuni aspetti legati alle opportunità sociali possono trovarsi in difficoltà nella scelta di investimento di lunghi periodi sul territorio.

OPPORTUNITIES/Opportunità:

L'aumento dell'interesse da parte del consumatore nel prodotto biologico, km0 e di montagna, rappresenta una delle più grandi opportunità per il territorio appenninico bolognese. Il cliente è infatti oggi sempre più consapevole degli acquisti che effettua, inizia ad essere "educato" alla lettura delle etichette e percepisce una spinta al voler sviluppare ulteriormente l'esperienza di acquisto di un prodotto, non volendo pertanto ricondurre il tutto ad un semplice gesto di scelta del prodotto e pagamento. Questa novità, comparsa negli ultimi anni come nuova esigenza del consumatore grazie soprattutto al lavoro di molti gruppi ed associazioni sensibili, rappresenta un'opportunità unica per i produttori dell'Appennino bolognese, i quali possono interfacciarsi con un numero maggiore di consumatori consapevoli; l'attuale percentuale di consumatori consapevoli non risulta ancora sicuramente soddisfacente, ma con i nuovi concetti di "cibo della salute" ed "ambiente sano e salubre" più familiari alla popolazione, è sicuramente più semplice instaurare un dialogo tra produttore e consumatore, nonostante gli investimenti in tal senso debbano proseguire.

In correlazione con la prima opportunità individuata, il turismo di prossimità, proveniente da aree esterne a quella a progetto, rappresenta un ulteriore aspetto sviluppabile positivamente da tutti gli imprenditori del territorio. Non tenendo unicamente conto del periodo pandemico degli ultimi anni, ma calcolando l'interesse del turista anche nei confronti del semplice "weekend fuori porta" pre-pandemico, oltre che l'aumentato interesse per le forme di turismo slow, rappresentano opportunità estremamente interessanti per tutti gli operatori.

THREATHS/Minacce esterne:

All'interno dell'insieme delle minacce provenienti dall'esterno, sono individuabili alcune azioni, politiche, scelte imprenditoriali e scenari che potenzialmente potrebbero andare ad inficiare sul biologico locale, con effetti sia a breve che lungo termine.

L'incentivo di altre forme di turismo, che non vadano incontro alla valorizzazione del territorio, al turismo slow e consapevole, inficia direttamente il corretto sviluppo dei distretti biologici; pertanto eventuali scelta politiche in tal senso, potrebbero minacciare la progettualità in oggetto. Sempre rimanendo in tema politiche, la scelta di politiche territoriali non idonee all'agricoltura biologica può, potenzialmente, influenzare in maniera diretta e negativa lo sviluppo dei distretti biologici.

Entrando nel merito del biologico in quanto certificazione inoltre, è importante ricordare come questo sia un costo per l'agricoltore e pertanto il prodotto finale subisce l'influenza diretta di queste spese, subendo a sua volta un aumento, che, a seconda del periodo storico, del livello di consapevolezza del consumatore e di differenti altre variabili, può risultare una minaccia per un distretto biologico. Sempre in tema certificazione, la presenza sul mercato di un biologico estero, eventualmente non europeo, con standard e criteri base medesimi, ma controlli leggermente differenti ed eventualmente, prodotti risultanti non altrettanto validi come i locali, può influenzare negativamente la crescita del distretto.

Infine, il perpetrante cambiamento climatico, che influenza tutta l'agricoltura in generale, ma pone sempre nuove sfide più complesse agli operatori biologici, è considerabile una minaccia a tutti gli effetti, su cui è molto complesso intervenire o avere controllo.

2. VISIONE E STRATEGIE: 2.1 LA VISIONE DEL DISTRETTO BIOLOGICO

La visione elaborata nei mesi di lavoro e collaborazione del comitato promotore, del comitato direttivo e di tutti i coinvolti nella progettualità del Distretto Biologico Appennino Bolognese ha portato risultati estremamente interessanti ed innovativi.

L'aspetto di maggior rilievo riguarda il territorio come uno dei protagonisti principali del distretto stesso: l'approccio che si è elaborato non riferisce allo sviluppo di semplici filiere, ma allo sviluppo dell'intero territorio come cardine del distretto stesso. Tale peculiarità è raramente individuabile in altri distretti, i quali tendono a concentrarsi su filiere pre-determinate. Lo sviluppo del territorio diventa quindi punto di incontro di tutte le personalità del territorio, in quanto non concernenti unicamente i produttori agricoli e trasformatori, ma anche amministratori locali, consumatori, avventori, simpatizzanti e semplici cittadini. Tale ampliamento di concetto in riferimento alla definizione di bio-distretto, è di fatto insito nella definizione standard stessa, ma semplicemente raramente applicato come punto focale da sviluppare all'interno delle progettualità. In relazione allo sviluppo del territorio, si riportano alcuni concetti comunicabili positivamente all'esterno, come ad esempio l'aspetto di salubrità del territorio come caratteristica spendibile nella comunicazione sia turistica che produttiva, la quale rende giustizia agli operatori del territorio ed al territorio stesso; altresì, i sottintesi ma mai abbastanza rimarcati concetti di biologico e naturale, i quali, all'interno di un'area biodistrettuale, trasmettono ulteriore credito.

Ragionando per territorio e non per filiera pertanto, è possibile sviluppare una visione d'insieme comprensiva di progettualità trasversali innovative, che lavorino parallelamente su diversi settori, siano essi agricoli, commerciali o turistici.

La scelta della forma giuridica proposta, pertanto, è ricaduta sulla fondazione di partecipazione proprio al fine di coinvolgere più personalità del territorio possibili, ivi ricomprese le amministrazioni, le quali, anche da regolamento, devono essere coinvolte all'interno della realtà biodistrettuale. Inoltre, a seguito della riforma giuridica del terzo settore, diverse associazioni e bio-distretti, proprio al fine di ottemperare il massimo di unità con le amministrazioni coinvolte sulla progettualità indicata dalla legge, hanno modificato la propria forma giuridica in Fondazione di partecipazione: ciò riguarda, ad esempio, il biodistretto Laziale della via Amerina, un biodistretto della regione Sardegna ed il costituendo biodistretto Reggiano.

Il Distretto Biologico Appennino Bolognese infine, non vuole sostituirsi a nessuna realtà attuale attiva sul territorio, non intende creare sovrastrutture che appesantiscano ulteriormente gli operatori, né tantomeno avviare un'attività imprenditoriale. Si propone sia come "Casa del Biologico dell'Appennino Bolognese", un punto

di riferimento a sostegno delle realtà sensibili ed attive sul territorio, sia come soggetto facilitatore nella costituzione e sviluppo di una rete territoriale impegnata nel proporre modelli e sistemi sostenibili di gestione del territorio, di attività imprenditoriale e di salvaguardia delle risorse ambientali. Può, inoltre, rappresentare l'anello di collegamento tra i soggetti locali, tra essi e le università e i centri di ricerca coi quali ricercare, sperimentare ed avviare nuovi modelli di sviluppo.

2. VISIONE E STRATEGIE: 2.2 PRINCIPI TRASVERSALI

In merito ai principi trasversali individuati nella visione globale del distretto biologico, si riportano le finalità principali da statuto, in merito alle quali si entrerà in dettaglio:

1. La Fondazione non ha scopo di lucro e persegue esclusivamente finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale mediante lo svolgimento di attività di interesse generale nell'ambito della tutela dell'ambiente e della promozione del territorio.

2. La Fondazione ha come obiettivo la prosperità dei territori e delle comunità in senso agro-ecologico, inteso come motore di un sistema rigenerativo e aperto dell'Appennino. La fondazione si ispira ai principi di Conversione Integrale della Laudato sì, ponendo al centro la valorizzazione della Cultura e insieme di una economia pulita e sana, del lavoro agricolo, artigiano, industriale, dei servizi ed ancora la protezione dei nostri paesaggi come degli animali e degli ecosistemi. Intende adoperarsi cogliendo ogni opportunità per contrastare l'abbandono agricolo, forestale ed abitativo dell'Appennino promuovendo azioni e progetti innovativi e concretamente sostenibili anche dal punto di vista economico-reddituale.

3. La Fondazione intende perseguire le proprie finalità mediante lo svolgimento in via principale di attività di interesse generale aventi ad oggetto:

a) Progetti, interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali;

b) organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche e ricreative di interesse sociale;

c) interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio;

d) promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti;

e) ricerca scientifica di particolare interesse sociale;

f) riqualificazione dei beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

4. La Fondazione può svolgere anche attività diverse rispetto a quelle di interesse generale, che siano secondarie e strumentali secondo i criteri e nei limiti fissati dalle norme in vigore, sulla base delle decisioni assunte dal Consiglio di Amministrazione.

5. La Fondazione, per il perseguimento delle proprie finalità, può collaborare con soggetti pubblici e privati, anche in regime convenzionale, e può aderire ad organismi locali, nazionali e internazionali che perseguono

In specifico, in merito ai punti sovraesposti:

A. Progetti, interventi e servizi finalizzati alla salvaguardia e al miglioramento delle condizioni dell'ambiente e all'utilizzazione accorta e razionale delle risorse naturali, quali:
   - Progetti ed interventi finalizzati a promuovere e valorizzare quei territori e comuni che scelgono il modello agro-ecologico, inteso innanzitutto come sistema agro - ambientale che non consuma ma tutela e riproduce economia ed ecologia insieme, intendendolo come volano di uno sviluppo capace di garantire insieme sovranità alimentare – riconoscendo, apprezzando e migliorando le nostre produzioni - e comunità locali;
   - Progetti ed azioni finalizzate a promuovere l'innovazione produttiva, la trasformazione di prodotti agricoli con elevato livello tecnologico e nutrizionale mirato alla salute innanzitutto, elemento caratterizzante la nostra specificità montana di piccola e media scala, per non disperdere le distintività specifiche contribuendo alla nascita di nuove esperienze economiche e sociali in rete a livello locale ma anche nazionale, europeo ed intra-nazionale. Contribuire a sviluppare ed organizzare filiere produttive locali integrate, ovvero basate su una reale reciprocità.
   - Progetti ed iniziative utili a promuovere l'agricoltura biologica non solo come metodo di produzione ma come modello di conversione dei territori; promuovere la ricerca ad ogni livello ed operare con università ed organizzazioni affini per intercettare le risorse necessarie a progettualità importanti;
   - Progetti ed interventi finalizzati a promuovere quelle produzioni agricole e di allevamento basati sul pascolo e su una alimentazione di erba e fieno, lontano dai modelli intensivi e di ipersfruttamento e con una particolare attenzione alla fertilità dei suoli, alla integrità del ciclo biologico degli animali allevati, alla biodiversità territoriale;
   - Azioni utili a mettere in rete le risorse naturali, culturali, produttive, economiche di un territorio valorizzandole attraverso politiche locali orientate alla salvaguardia dell'ambiente, delle tradizioni dei saperi e sapori locali con una particolare attenzione a progetti di mense degli studenti come elemento di formazione scolastica oltre che contributo alla salute;

- Attività finalizzate a implementare politiche a livello locale di economia circolare tramite progetti e attività volte al riutilizzo dei rifiuti, alla creazione di energie alternative, allo sviluppo di Comunità Energetiche, alla riconversione delle attività industriali più impattanti coerentemente con un'azione di protezione e riqualificazione del territorio;

- Azioni per valorizzare tutti i cammini, promuovere ciclabili e pedonali in tutto il territorio, premere per un efficiente Servizio Ferroviario Metropolitano e la promozione di modelli di trasporto collettivi;

- Gestire o cogestire progetti territoriali finanziati dall'Unione Europea come dal nostro paese e dalle nostre istituzioni; determinare le condizioni perché si realizzino task force progettuali sulle diverse tematiche relative alla sostenibilità – anche economica - dei territori e coinvolgenti i diversi settori, a partire da quello agroalimentare.

B. Organizzazione e gestione di attività culturali, artistiche e ricreative di interesse sociale, quali:

- iniziative finalizzate a promuovere una cultura trasversale verso il mondo delle imprese, agricoltori, operatori turistici, imprese artigianali e dell'industria, associazioni e pubbliche amministrazioni ed infine cittadini . Collaborare per la gestione sostenibile delle risorse nel loro insieme con un forte indirizzo verso modelli energetici, di mobilità, di produzioni innovative e rigenerative;

- attività culturali e di formazione a sostegno della realizzazione degli obiettivi della Fondazione;

- attività di comunicazione e promozione dei valori e vantaggi di un Appennino che abbraccia ed evolve i grandi temi di una sostenibilità concreta attraverso l'innovazione e la partecipazione di tutte le sue componenti.

C. Interventi di tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e del paesaggio, quali:

- interventi per valorizzare e a promuovere il territorio in particolare nei suoi aspetti agroecologici e paesaggistici in grado di contribuire anche alla valorizzazione della risorsa turistica;

D. Promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti, quali:

- azioni finalizzate a promuovere e difendere i diritti dei lavoratori tutti come la correttezza dei contratti di lavoro;

E. Ricerca scientifica di particolare interesse sociale;

F. Riqualificazione dei beni pubblici inutilizzati o di beni confiscati alla criminalità organizzata.

PIANO DI AZIONE

INFORMAZIONI E DATI RACCOLTI

Durante lo svolgimento del progetto, sono state individuate ed esaminate differenti idee e proposte di progettualità, le quali, provenendo da differenti fonti, sono risultate molto diverse fra loro ed hanno necessitato di un insieme di rielaborazioni che si sono successivamente tradotte nel delineamento dei primi "obiettivi ed interventi" declinati nei successivi capitoli.

Il primo riscontro raccolto dagli aderenti al comitato promotore viene pertanto di seguito riportato tal quale, come descritto direttamente dai singoli interessati; le risposte che seguono, concernono la propria idea ed aspettativa inerente al progetto biodistretto Appennino Bolognese.

Provenienza geografica	Descrivi LA TUA IDEA
Zola Predosa	Le api sono in declino. Il nostro territorio deve essere una zona in cui le api e gli insetti impollinatori trovano rifugio. Gli apicoltori non devono essere più costretti a spostare gli alveari per fuggire dai trattamenti che vengono fatti in agricoltura, ma incentivati a portare le api all'interno del bio distretto per tutelarne la salute.
Monterenzio	La creazione del biodistretto è indubbiamente fondamentale per la sostenibilità delle produzioni in un ambiente che è indispensabile salvaguardare, la biodiversità che vi si trova va incrementata anche per i territori limitrofi resi poveri da un agricoltura industriale. Il biodistretto inoltre, unito alla bellezza dei luoghi e alla ricchezza in elementi storico/culturali, ne fanno una grande opportunità per uno sviluppo turistico in un ambiente sano, bello, con una storia importante, e cibo di qualità e assolutamente buono anche per la capacità degli operatori locali.
Rimini	Vedere se è possibile ripetere il Vostro progetto nel Gal Valli Marecchia e Conca
Grizzana Morandi	Valorizzazione della figura dell'imprenditore agricolo ricerca e promozione di attività connesse alla sostenibilità.
Monghidoro	Rispetto per la natura e per la Storia e le storie legate alle persone del nostro territorio
Riola	Rocchetta Food Experience nasce come commercio elettronico delle eccellenze dell'Appennino, con un progetto innovativo che si preoccupa quindi di far capire da un lato la tradizione, il lavoro e l'amore che ogni produttore del territorio impegna per ogni singolo prodotto, cercando nello stesso tempo di eliminare le preoccupazioni relative alla sicurezza delle transazioni e della privacy, alla complessità percepita nell'acquisto online, alla mancata valutazione personale della qualità dei prodotti.
Monteveglio	Recuperare una cultura rurale ed una capacità di recupero delle aree marginali

Marzabotto	progongo la necessità di realizzare in maniera effettiva una rete che coinvolga le attività recettive in zona ad utilizzare prodotti locali per la valorizzazione del territorio oltre a poter introdurre canali di vendita alla città metropolitana di Bologna
Guiglia	Per esperienza personale, ritengo che la maggior parte dei consumatori non sappia in cosa consista l'agricoltura biologica. Un momento di svago, come può essere una escursione domenicale o di soggiorno, può essere la giusta occasione per educare il turista all'importanza dell'agricoltura ecosostenibile e alle tematiche ambientali in genere. Tale obiettivo educativo, si potrebbe raggiungere attraverso la realizzazione condivisa con le aziende e gli Enti del territorio dell'alto appennino, e in particolare del Parco del Corno alle Scale, di una rete che si occupi dell'organizzazione di escursioni guidate che tocchino tutte le sopracitate tematiche, offrendo un servizio di accompagnamento nel territorio che comprenda la riscoperta dei territori agricoli, condotti con metodo biologico, inseriti in un contesto naturale come quello di alta montagna.
Marzabotto	La mia idea e' che per rendere un territorio appetibile dal punto di vista turistico e' assolutamente necessario che le singole aziende facciano un passo al di fuori del proprio ambito produttivo per conoscere , scambiare, valutare , piani aziendali con le altre aziende limitrofe del territorio , al di la' di meri interessi economici o dettati dalla simpatia reciproca , per dare serieta' ad un progetto di cooperazione. E' necessario fare rete fra le imprese senza escludere nessuno perche' ogni azienda e' portatrice di esperienze e competenze. A mio avviso e' un aspetto che per quanto possa sembrare strano non e' veramente sviluppato nel senso che a fronte di fiumi di conferenze ed incontri in realta' le aziende non si conoscono e non collaborano fra di loro . Questo e' un aspetto che in altre regioni o altre realta' e' invece molto radicalizzato. Secondo me e' necessario studiare eventi di vario tipo che siano veramente inclusivi per tutte le aziende . Solo cosi' si potra' dare al turista un impressione univoca positiva , di un territorio in cui esistono realta' legate fra di loro verso un unico obbiettivo : di rendere fattibile un progetto di esistenza dove non contano solo i valori materiali ma questi sono la naturale conseguenza di una rete di collaborazione umana soddisfacente , appetibile e consolidante per i vari soggetti che la compongono.
Valsamoggia	promuovere un coinvolgimento maggiore della popolazione nel consumo attivo (anche con forme di co-produzione come le CSA) dei prodotti del territorio, tramite incontri con i produttori + maggior integrazione produttori-ristoratori per una promozione ragionata della produzione locale + creazione di una piattaforma digitale che inglobi produttori, ristoratori e consum-attori (con 2 t) per accrescere la consapevolezza di tutti gli attori dell'importanza strategica dell'agricoltura su un territorio come quello dell'Appennino Bolognese / area di riferimento principale: Valle del Samoggia e Valle del Lavino

Bologna	Utilizzo delle risorse locali per riqualificazione ambiente boschivo, prativo, recupero delle zone di pascolo e seminativo, utilizzo del legname e degli sfalci per sistemi di produzione di calore a biomassa negli uffici pubblici, nelle Aziende Agricole e industriali e per il riscaldamento invernale delle famiglie, in alternativa a combustibili fossili quali CNG (Metano) e LPG (Gas di Petrolio) con minor produzione di CO2, risparmi economici e possibilità di pulire boschi, pascoli e seminativi per migliorare lo stato di degrado.
Pianoro	noi crediamo molto nella potenzialità produttiva etica, sostenibile e ovviamente bio dell'appennino. In senso ampio, non solo agricolo ma anche turistico e terziario sempre etico e molto collegato ad un idea di economia locale e di valorizzazione dei concetti di sovranità alimentare, quindi valorizzazione dei prodotti tipici. Abbiamo già una certa esperienza su questi temi dato che siamo associati a Campi Aperti (www.campiaperti.org) Più concretamente ci piacerebbe sviluppare un marchio legato alla Riserva Regionale del Contrafforte Pilocenico, che valorizzi Agricoltura Bio, cucina e turismo sostenibile. Un marchio tipo Contrafforte e Natura o qualcosa di simile, di cui abbiamo già parlato assieme ad alcuni operatori della zona di Pianoro
Sasso Marconi	La mia idea è di valorizzare il territorio che aderisce al Biodistretto, tramite strategie di Marketing Territoriale e attraverso il coordinamento di attività che abbiano come obiettivo il BENE COMUNE.
San Lazzaro di Savena	Promuovere il passaggio all'agricoltura biologica delle aziende del territorio, anche al fine di promuovere la biodiversità lacale e la connessione ecologica; promuovere filiere corte locali.
Valsamoggia	Credo che sia necessaria una rete di servizi a supporto delle aziende agricole che producono, trasformano e commercializzano a km zero privilegiando la qualità. Mi riferisco a stoccaggio, pulizia, molitura, laboratori di trasformazione, plastificazione, confezionamento. Area territoriale di Bazzano.
Bologna	Progettare il settore agroalimentare di prossimità con una visione sistemica e di lungo periodo sul cibo “dal campo al piatto”Sostenere la filiera corta agroalimentare, i mercati contadini e i piccoli produttori costruendo un modello collaborativo, contribuendo al welfare di comunità, all’inclusione sociale e allo sviluppo economico del territorio;
Marzabotto	Laboratorio di macello e trasformazione animali di bassa corte, Certificazione partecipata, Rete di produttori e attività che svolgano funzione di hub per la vendita on e off line di prodotti e servizi
Monte San Pietro (BO)	Produco piante acquatiche e palustri per arredamento e gestione biologica di laghetti ornamentali e giardini acquatici con particolare riferimento alle tecniche di fitodepurazione; nel contempo sperimentando varie associazioni vegetali con particolare attenzione alla biodiversità, il tutto senza l'utilizzo di prodotti chimici

Valsamoggia, BO	Supportare la formazione di filiere con formazione e consulenza per i partecipanti, elevare il livello di quantità e qualità delle produzioni. Organizzare aggregazione di prodotto e differenti linee di vendita (locale, prossimità e GDO)
Pianoro	Attuazione di una rete territoriale di autosufficienza agricola, alimentare, turistica. Attraverso un processo partecipato tra cittadini/utenza critica e soggetti agricoltori, produttori e operatori turistici si individuano le esigenze del territorio e poi si attuano alcune misure concrete che incentivino: 1. il recupero della terra coltivabile e l'accesso alla terra anche da parte di semplici cittadini che vogliono o devono cambiare vita 2. la produzione agricola biologica locale sia di beni richiesti da un alimentazione sana ma non sufficientemente prodotti localmente, sia di prodotti a prezzi più popolari (perché più accessibili e più vicini) 3. un luogo al coperto in città, facilmente accessibile in posizione ben visibile e centrale, sempre attivo e sempre aperto come punto di riferimento per: - informazioni territoriali per visite aziendali di degustazione, acquisto, ecc. - turismo di prossimità, con caratteristiche diverse dal turismo di massa - acquisto prodotti biologici locali - possibile punto ristoro - incontri di divulgazione e approfondimento sul tema dell'alimentazione sana e corretta, della salute, sul consumo critico, sul riutilizzo, tanti altri - spazio polivalente dove proporre e produrre cultura su tutti questi temi e di relazione sociale I fruitori di questo progetto sono: 1. cittadini > per la conoscenza e la valorizzazione del consumo biologico a KMzero, per far crescere il propio territorio, per nutrirsi in modo fresco e sano e per attuare un consumo solidale con il propio territorio 2. turisti > con un'offerta di prodotti tipici e di produzioni del territorio, creazione di attenzione verso un turismo "lento" e di "appennino" in cui entrare in contatto con contadini, produttori, cittadini locali 4. gruppi specifici (giovani famiglie, coppie singole, gruppi di anziani, ecc.) L'autosufficienza diventa indispensabile per far fronte a possibili scenari di emergenze economiche e sanitarie. Il modello proposto pensato sul territorio di Pianoro, è replicabile nelle singole realtà territoriali facenti parte del Distretto e in ogni caso fattivamente collegate in rete tra loro (vista la vicinanza geografica) in modo da valorizzare le realtà esistenti e le produzioni già consolidate con l'obiettivo di aumentare la diffusione dei prodotti e delle pratiche.
Sasso Marconi (BO)	Costruire una filiera di agricoltori bio dove ognuno mette un prodotto vocato e si fa la commercializzazione comune a marchio

San Lazzaro di Savena	TOMISA STA REALIZZANDO UNA CANTINA DI VINIFICAZIONE CHE POTREBBE VINIFICARE ANCHE PER CONTO TERZI . SARA' INOLTRE DISPONIBILE UN AMPIO SPAZIO PER PROMOZIONE ED EVENTI ED EVENTUALE VETRINA PER I PRODOTTI DEL BIODISTRETTO
Imola	Integrazione di tutti i capitali territoriali nella costruzione di nuova imprenditoria
Imola	Utilizzare ed integrare tutti i capitali territoriali nella costruzione di nuova imprenditoria o riconversione adeguamento di quella esistente
Pianoro	creare nella zona una rete di soggetti con interessi comuni e progetti condivisi legati al territorio
Pianoro	Valorizzazione del turismo rurale nord europeo
Valsamoggia	valsamoggia, creazione di un sistema di condivisione tra le realtà produttive e distributive. utilizzo di una scala di priorità, non per disincentivare il valore aggiunto della globalizzazione a per prioritizzare il valore locale.
Sasso Marconi	Noi ci occupiamo di formare le professionalità dei giovani che andranno a lavorare nei territori dell'Appennino. Da questo anno scolastico iniziamo un ordinamento nuovo dei professionali agrari che vedono l'insegnamento di agricoltura sostenibile e biologica . Abbiamo sempre avuto un indirizzo che si chiama valorizzazione delle produzioni nel quale cerchiamo di fornire competenze su qualità, ambiente, normative, igiene, marketing..I nostri alunni vivono e lavorano sul territorio. cerchiamo di fornire fornire loro le competenze e il senso di imprenditorialità sempre tenendo presenti le realtà territoriali.
Bologna	creazione di laboratori condivisi e fruibili per la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti.
Monterenzio	Creare un areale (già unico per territorio e clima) con produzioni di qualità con antiche varietà
Bologna	Sostenere i prodotti del distretto Bio esaltandone le caratteristiche nutrizionali e salutistiche tramite la collaborazione con la Università di Bologna
Bologna	definizione di criteri di vocazionalità del territorio alle colture e alle filiere, dal territorio (paesaggio) alla innovazione delle filiere
Marzabotto	la mia idea è di sostenere le realtà che nascono e i progetti con le competenze del benessere inteso come buona comunicazione, sviluppare le proprie risorse , empatia, negoziazione e bellessere nel benessere non solo nel cibo o nella gita ma interiore
Castel D'Aiano	Tutela ambientale e sviluppo del territorio Comunale di Castel Aiano
Zola Predosa	Incentivare la sopravvivenza delle api mellifere e solitarie, promuovendo, tramite opportune pratiche agronomiche, fasce fiorite trasversali all'appennino, allo scopo di creare corridoi di ripopolamento e sostentamento permanenti sul territorio a sostegno della grande biodiversità di impollinatori che popolano il nostro appenino

Castello di Serravalle	Come microbiologo, ritengo che l'impoverimento di sostanza organica e relativi microorganismi dei suoli, comporti una perdita di produttività e biodiversità notevole. L'incentivazione di un network per il recupero dei suoli dell'appennino, insieme alla valorizzazione di numerose essenze spontanee, può portare numerosi benefici per api mellifere e insetti impollinatori solitari.
Vignola	Valorizzare l'operato delle piccole e medie realtà biologiche e biodinamiche attraverso una rete comprensoriale che consenta loro uno scambio di esperienze. Sviluppare e valorizzare le sementi locali
Grizzana Morandi	sostenere l'agricoltura di montagna e favorire l'utilizzo di prodotti locali
Bologna	Organizzare distribuzione
Bologna	Diffusione di sistemi e strategie di gestione agroecologici, sostegno all'agricoltura familiare e all'insediamento di giovani e disoccupati, valorizzazione del sapere rurale, presenza attiva dell'Università nei territori del Biodistretto
Casalecchio di Reno	Vorrei promuovere la Medicina Integrata: stile di vita salutare per prevenire patologie ed aiutare le cure di patologie. Quindi sport nella natura, sana alimentazione(biologica e a km zero), meditazione nella natura, musicoterapia nella natura, utilizzo di erbe e piante come prevenzione. Ho già scritto un libro riguardante questi temi, "La via della salute".
Monte San Pietro (BO)	Occuparmi di colture e cultura.
Bologna	Proposta per la creazione di un Marchio De.Co (Denominazione Comunale di Origine ex art. 3 Dlgs 267/2000 TUEL) "BolognAppenino" . Questo marchio collettivo o di certificazione può nascere sia dal basso (cittadini) che dall'alto (PA locale) e viene certificato tramite l'istituzione di un albo comunale. Essendo iniziative per la proposta di un modello gastronomico dal valore solo culturale i De.Co non comportano sanzioni nei casi di loro utilizzo da parte di chi non ne segua il modello. Si ritiene che se realizzato lo stesso potrebbe divenire un efficace strumento di marketing/branding territoriale reso possibile da un segno di identificazione comunale che lascia immutata la libertà per tutti gli attori del mercato di utilizzare la stessa denominazione
Venezia	costruire una rete di produttori e ristoratori integrati per potenziare forme di turismo di prossimità, con sviluppo di modalità e-commerce (prodotti e servizi)
Castel di Casio	occorre incentivare la collaborazione tra aziende ed attività in genere, da un lato per condividere i clienti, dall'altro per aumentare i servizi rivolti al cliente. in questo modo è possibile trasformare l'Appennino in una meta turistica

Monte San Pietro (BO)	Credo da sempre che la nostra realtà territoriale potrebbe trarre ingenti benefici da un approccio olistico, e quindi da un'offerta di prodotti e servizi coordinata e coerente. Le tecnologie digitali di ultima generazione possono enormemente facilitare l'implementazione di questo tipo di offerta (marketplace di comunità, social dedicati al turismo, piattaforme di intrattenimento e formazione, offerte targettizzate per specifici mercati esteri, ecc.). Ma accanto a questo, un approccio strategico e gestionale di tipo aziendale moderno potrebbe risultare la carta vincente per coinvolgere e motivare tutti gli attori, e ottenere in tempi rapidi dei risultati tangibili.
Monte San Pietro (BO)	Credo da sempre che la nostra realtà territoriale potrebbe trarre ingenti benefici da un approccio olistico, e quindi da un'offerta di prodotti e servizi coordinata e coerente. Le tecnologie digitali di ultima generazione possono enormemente facilitare l'implementazione di questo tipo di offerta (marketplace di comunità, social dedicati al turismo, piattaforme di intrattenimento e formazione, offerte targettizzate per specifici mercati esteri, ecc.). Ma accanto a questo, un approccio strategico e gestionale di tipo aziendale moderno potrebbe risultare la carta vincente per coinvolgere e motivare tutti gli attori, e ottenere in tempi rapidi dei risultati tangibili.
Monteveglio	Crediamo sia un'ottima iniziativa per una maggiore valorizzazione del prodotto biologico dell' Appenino Bolognese
Ozzano	Collaboriamo con Goodland e siamo allineati alla loro proposta progettuale essendo coinvolti in alcuni progetti sui grani antichi.
Bologna	Sviluppo della filiera corta e dell'autoimprenditorialità
Vergato	Ritengo che sia necessario creare una fitta rete di imprese del territorio, interconnessa a favorire lo scambio di conoscenze e competenze, che si muova anche sul mercato come un unico soggetto e che permetta lo sviluppo di un intero territorio e non solo di singole filiere. A tal proposito reputo opportuno investire su certificazioni e comunicazione della qualità dei prodotti biologici provenienti dal nostro specifico territorio applicando un prezzo minimo garantito. Infine proporrei di rendere parte integrante del progetto anche in termini di comunicazione l'offerta turistica storica e culturale del territorio
Monteveglio	Sostenere una rete locale in cui l'agricoltura sia una parte centrale di un progetto di comunità più sostenibile e solidale. La rete intende coinvolgere tutti i soggetti della filiera agroalimentare (imprese, cittadini, organizzazioni civili, istituzioni) in una economy community basata su una piattaforma tecnologica in grado di incrociare bisogni e risorse del territorio di Valsamoggia. Una piattaforma abilitante di progetti per il miglioramento della società locale e degli stili di vita. Mettere in collegamento le persone, le aziende agricole e agroalimentari della Valsamoggia perseguendo gli obiettivi di lavoro, inclusione e cambiamento.

Castiglione dei Pepoli	Progetto di laboratorio collettivo multifunzionale per piccole aziende agricole della montagna bolognese Viste le difficoltà a produrre reddito con l'agricoltura tradizionale in montagna si ritiene che l'unico modo di creare valore aggiunto sia quello della trasformazione. Per trasformare servono però tante strutture e permessi e autorizzazioni che un'azienda da sola non può affrontare. Le spese per l'adeguamento dei locali, la presenza di un direttore tecnico, i macchinari, i furgoni frigorifero e la gestione quotidiana generale sono enormi e si rischia di perdere completamente gli investimenti per il rapporto squilibrato tra spesa e resa. Quindi l'intervento delle istituzioni sarebbe importante nell'incoraggiare e sostenere la creazione di un'area gestita dalle stesse aziende con spazi diversificati per le varie trasformazioni. I temi possono essere: 1) Trasformazione delle carni delle piccole aziende 2) micro caseificio 3) Forno a legna e altri tipi 3) trasformazioni alimentari, marmellate conserve ecc…. 4) mulino per la macinazione e confezionamento di farine, produzione di pasta fresca 5) lavorazione delle erbe, dei funghi del tartufo ecc.. essiccazione macinatura ecc… 6) lavorazione dei prodotti alcolici, liquori, profumi 7) laboratorio per fitopreparazioni e cosmetico 8) laboratorio di sartoria, di ceramica, di falegnameria, di tornitura, meccanico 9) laboratorio di smielatura 10) micro macello "aziendale" L'idea è ambiziosa ma fattibile. Serve unità di intenti tra un gruppo di imprese, una ragione sociale e uno spazio idoneo per dimensioni e accessibilità. Il laboratorio dovrebbe essere accessibile anche agli esterni a pagamento e dare un servizio a tutto il territorio. L'economia principale che si realizzerebbe per le piccole aziende agricole sarebbe nell'assemblaggio dei permessi, nella parte burocratica e nell'adattamento igienico sanitario della struttura. L'acquisto dei macchinari (usati ce ne sono in quantità) e il loro utilizzo condiviso sarebbe un altro grande risparmio. Per esempio, un essiccatore potrebbe servire sia a chi fa la pasta che a chi coltiva le erbe, che a chi deve stagionare salumi o formaggi. Un abbattitore a chi produce alimenti, un circuito unico di aria compressa per il confezionamento e altre funzioni. Un unico riscaldamento, un unico impianto di refrigerazione, un'unica rete fognaria e sistema di smaltimento rifiuti. Il tutto ovviamente in un'ottica di sostenibilità ed di produzione di energia alternativa e di economia circolare. Il team di progetto dovrebbe essere costituito da varie figure con varie competenze che lavora a stretto contatto con gli agricoltori che intendono partecipare direttamente alla realizzazione e alla gestione del laboratorio. Potrebbe venire fuori la produzione di qualcosa di tipico,di locale, che possa caratterizzare il territorio e ne diventi strumento di marketing turistico. Una fondamentale azione è necessaria: la formazione delle

	persone coinvolte a lavorare in squadra. Imparare a fare società è l'argomento fondante di psicologia del lavoro che potrebbe determinare il successo o l'insuccesso del progetto. Roncobilaccio, 10 dicembre 2019
Bologna	Lavoro per una cooperativa sociale che ha da poco preso in gestione tutto il territorio dell'Eremo di Ronzano (Bologna), circa 16 ha. NON facciamo parte quindi dei Comuni indicati dal Biodistretto. Siamo agli inizi della nostra attività e stiamo investendo su un progetto agricolo che si affianchi all'attività turistica. Le idee sono tante e le possibilità pure. Gestiamo un castagneto, un oliveto (produciamo olio e abbiamo cv bolognesi), una vigna con cantina per la produzione di vino, un orto e tanto spazio al momento incolto. Aderisco al comitato perché sono interessato a rimanere aggiornato circa gli sviluppi di questo progetto, in particolar modo per quanto riguarda quello che concerne le piccole produzioni affiancate ad un turismo ecosostenibile ed inclusivo. Penso che in questo campo il nostro territorio (bolognese) possa dare molto. Noi nello specifico siamo vicini alla città, raggiungibili anche attraverso un sentiero CAI. Vorremmo produrre pignoletto DOCG ed olio extravergine d'oliva bolognese di alta qualità. Gestiamo un affittacamere che può aprirci a possibilità interessanti. Non porto idee particolari ma sicuramente sono disponibile a contribuire allo sviluppo di quelle che al momento sono in campo.

Casalecchio di Reno	Sono molto felice della nascita del Bio Distretto dell'Appennino Bolognese. Credo che sia fondamentale mettere il rete tutti i produttori biologici del nostro appennino e fornire a tutti i partecipanti la possibilità di crescere nelle conoscenze, nella condivisione di opportunità e soprattutto negli sbocchi commerciali dei propri prodotti. Mi occupo di ricerca e sviluppo di prodotti alimentari biologici da 14 anni (sono stato il responsabile Ricerca e Sviluppo per Ecornaturasi fino al 2018) e penso che creare un brand e una linea di prodotti fortemente localizzati, focalizzati e territoriali possa essere l'anello conclusivo e valorizzante del progetto del biodistretto.
Dozza	Creazione di un area nella Valsellustra orientata alla produzione biologica di erbe officinali, Olivo, ecc, con accoglienza e dimostrazioni.
Bologna	Ritengo sarebbe meraviglioso riuscire a creare una filiera partendo dalle castagne per la produzione di prodotti senza glutine "gluten free", realizzando strutture (essiccatoio e mulino) che potranno essere utilizzati nel restante periodo dell'anno per produzioni alternative e innovative (mais, riso, grano saraceno, quinoa.....)
Lizzano in Belvedere	CONSORZIO/COOPERATIVA DI PRODUTTORI DI FRUTTA BIOLOGICA DEL TERRITORIO
Borgo Tossignano	Realizzare un percorso didattico-culturale nella frazione di Campiuno (Borgo Tossignano) all'interno del Parco della Vena del Gesso Romagnola.
Lizznao in Belvedere	Necessità di un progetto comune per sviluppare alcune produzioni peculiari del territorio
Lizzano in Belvedere	Filiere di trasformazione di cereali antichi..ad esempio trovando collaborazione per la realizzazione di un mulino in appennino o di un pastificio montano dove è presente acqua di qualità. Riscoperta di frutti e verdure antichi
Alto Reno Terme	La nostra idea è quella di promuovere l'Appennino Bolognese, valorizzare le persone e le attività in cui lavorano e le materie prime che utilizzano, tutelando la filiera corta dei prodotti e dei produttori con una visione turistica che vede nel nostro ristorante "Il Bassotto" un luogo dove poter assaggiare specialità a km zero e a nell'Hotel Santoli una struttura ricettiva che mette in primo le acque termali.
Bologna	supportare il bio-distretto nelle attività produttive e commerciali
Bologna	ritengo che se vogliamo che il bio distretto arrivi alle persone dobbiamo portarlo nelle scuole, nelle aziende nel territorio. dobbiamo far si che il prezzo possa essere più vicino alle persone con possibilità medio basse perchè il più della popolazione è questa. Potrebbe il bio - distretto stesso diventare un "brand" una cultura volendo anche disciplinata, e chi la condivide e ne fa parte averne anche uno stemma, che garantirà anche (oltre a prodotti e coltivazioni bio) anche gentilezza, amore per le persone e l'ambiente, rispetto e sostenibilità. Dobbiamo diventare discepoli, ma con un fare aperto. abbracciare e contaminare. Io voglio fare questo. Il bio - distretto deve diventare la normalità.

Bologna	La mia idea è quella di una agricoltura diversa, di un rispetto diverso del nostro ambiente e degli esseri che ci vivono sopra, bisogna riportare le persone a toccare con mano, le loro origini, occorrono percorsi, che sia didattici, che siano tecnici, che sia delle semplici manifestazioni che riavvicinino le persone al loro benessere, che certamente non può essere il consumismo sfrenato e lo sfruttamento dell'ambiente.
Bologna	Promuovere l'integrità e la resilienza del territorio montano, con l'agricoltura ed il turismo sostenibile quali motori primari di sviluppo.
Bologna	L'agricoltura nel nostro territorio sta vivendo un momento di grande difficoltà, non riesce più a garantire un reddito sufficiente alle famiglie e ciò ha determinato un progressivo allontanamento da questo settore. Per provare a ripartire si deve puntare su progetti di qualità, che riprendano gli antichi usi della terra, con attività assolutamente biologiche, ma soprattutto che puntiamo ad integrarsi con le altre attività del territorio. Di grande importanza è poi il tema del bosco, nello specifico dei castagneti, un prodotto da valorizzare e da fare conoscere per le sue caratteristiche anche organolettiche. Fondamentale sarà poi la creazione di spacci dove vendere i prodotti del territorio, primo fra tutti il Parmigiano Reggiano. Soltanto realizzando questa sinergia fra produzione e vendita sarà possibile sperare di fare ripartire l'agricoltura e di creare di conseguenza qualche posto di lavoro nuovo per i nostri giovani. Importante sarà poi valorizzare e sostenere le nuove attività di questo tipo che si sono recentemente insediate nella Valle del Dardagna dove sono presenti ben 21 aziende agricole tra cui biologiche e biodinamiche. Il nostro è un territorio naturalmente vocato al biologico e questa amministrazione si impegna ad essere da interlocutore attivo con agricoltori, cittadini, operatori turistici, associazioni e amministratori pubblici, affinché stringano un patto per la gestione sostenibile delle risorse, secondo i principi dell'agricoltura biologica e dell'agro-ecologia, seguendo il modello (filiera corta, gruppi di acquisto, mense pubbliche bio). Importante sarà nel bio-distretto la promozione dei prodotti biologici che si coniuga indissolubilmente con la promozione del territorio e delle sue peculiarità al fine di garantire lo sviluppo delle proprie potenzialità economiche, sociali e culturali.
Bologna	Il nostro circolo promuove una visione di agricoltura sostenibile con particolare attenzione alle produzioni biologiche e biodinamiche. De quanto riguarda l'utilizzo di energia, in generale, sosteniamo la totale sostituzione dei combustibili fossili con fonti da energia rinnovabile.
Gaggio Montano	TRasformazione di Prodotti come:cips di patate congelate, verdure fermentate, prodotti da forno
Marzabotto	la costruzione del biodistretto è un collante per la rete di imprese, che intendono e vivono il proprio territorio come una risorsa da mantenere e migliorare per sviluppare coscenze di resilienza e buona agricoltura

3. OBIETTIVI ED INTERVENTI

3.1 OBIETTIVO GENERALE A – GESTIONE AGROECOLOGICA DEL TERRITORIO

3.1.1 Obiettivi specifici A - Contrastare l'abbandono della agricoltura nella media ed alta montagna

a) Consolidare e favorire l'agricoltura biologica
b) Valorizzare e qualificare in modo integrato i sistemi produttivi locali con particolare riferimento alla trasformazione locale delle materie prime anche attraverso la ricerca scientifica
c) Migliorare la sostenibilità ambientale del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse presenti sul territorio

3.1.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale A

Obiettivo A:

L'obiettivo generale di gestione agroecologica del territorio, precedentemente citato all'interno della parte discorsiva inerente alla strategia, si può declinare in svariati sub-obiettivi minori che concorrano attivamente al principale.

Nello specifico, al fine di contrastare l'abbandono dell'agricoltura nella media ed alta montagna sono state individuate diverse linee di intervento, che possiamo riassumere nelle tre principali di seguito approfondite.

a) Consolidamento ed aumento dell'agricoltura biologica

A seguito degli incontri svolti sul territorio e in conseguenza alle analisi effettuate, si è registrato un forte interesse per l'agricoltura biologica da parte degli operatori del territorio. Ciò non esclude però, un rischio di diminuzione della SAU bio, pertanto, oltre a lavorare per favorire la crescita dell'agricoltura biologica, è necessario sviluppare progettualità di consolidamento della stessa, al fine di mantenere vivo l'interesse anche degli operatori attualmente attivi all'interno del settore biologico.

È inoltre fondamentale ricordare come, riferendosi ad un distretto biologico, il focus sull'agricoltura biologica, seppur con concezione concettuale ampliata ad un discorso di sviluppo agroecologico territoriale, rimanga un aspetto vitale da sviluppare correttamente all'interno delle progettualità. Pertanto, migliorando anche la rete e la comunicazione tra le personalità del territorio, creando opportunità di dialogo tra i differenti operatori, è possibile migliorare ulteriormente la percezione della certificazione biologica; è infatti ancora oggi, soprattutto nell'area degli Appennini, percepita come secondaria rispetto al concetto di km0 e territoriale, i quali, presi

singolarmente, non sono garanzia di salubrità, ma rimangono comunque maggiormente ricercati dai consumatori e quindi maggiormente proposti dai produttori.

L'apertura a nuove forme di certificazione, inoltre, se adeguatamente accompagnata da esperti del settore, potrebbe rendere ulteriormente agevole la transizione al biologico.

b) Valorizzare e qualificare in modo integrato i sistemi produttivi locali con particolare riferimento alla trasformazione locale delle materie prime, anche attraverso la ricerca scientifica.

La valorizzazione dei sistemi produttivi locali già esistenti e la promozione di nuovi, sia per quanto concerne la produzione di materie prime locali che per quanto riguarda le filiere corte, è per il biodistretto un obiettivo da sviluppare attivamente: ottenendo tali conferme per i prodotti territoriali locali, è possibile trasmettere ulteriore energia e forza alle attività locali.

Qualificando i prodotti, inoltre, si invoglia i produttori ad investire su ulteriori certificazioni ed eventualmente, ad apportare dei miglioramenti alle produzioni, siano essi quantitativi o qualitativi. Vista la conformazione morfologica del territorio e l'attitudine dell'area ad una maggioranza di produzioni artigianali piuttosto che industriali, non si intende voler spingere allo spostamento delle produzioni in altre zone, ma bensì di invogliare le personalità territoriali alla collaborazione, alla costituzione di un fronte produttivo comune, che riporti tutti gli step delle micro- filiere in loco e che valorizzi ulteriormente il territorio, mantenendo una dimensione appenninica.

Anche per questo obiettivo, il concetto di creare rete e di condivisione tra le personalità territoriali diventa ancor più fondamentale, in quanto al fine di creare filiere e sistemi produttivi integrati risulta necessario condividere e lavorare in comunità per il raggiungimento di obiettivi comuni.

c) Migliorare la sostenibilità ambientale del territorio attraverso la valorizzazione delle risorse presenti sul territorio

Al fine del raggiungimento dell'obiettivo comune territoriale, lo sviluppo della sostenibilità ambientale, valorizzando le risorse presenti, nonostante non riferisca unicamente alle produzioni biologiche ma all'intero sistema territoriale, è altrettanto necessario.

Per migliorare la sostenibilità ambientale, sono necessari svariati interventi e progettualità attive che coinvolgano ogni personalità territoriale interessata, ivi compresi i singoli cittadini e le amministrazioni, in quanto ricomprende aspetti che superano la semplice produzione agricola e riferiscono alla territorialità in toto.

La qualificazione non delle produzioni, ma del territorio, oltre a rendere appetibile ed interessante l'area a progetto per il settore turistico e per l'eventuale residenza di nuovi cittadini, conferma un livello di salubrità del circondario che dona globale prestigio e sicurezza. Incrementando pertanto la sostenibilità ambientale dei comuni coinvolti, si trasmette inoltre l'interesse delle amministrazioni per un corretto sviluppo territoriale.

Inoltre, la valorizzazione delle risorse locali, non concerne unicamente il settore agricolo, come precedentemente citato, ma può avere risvolti turistici e commerciali in quanto sono presenti altre forme di risorse che esulano dal settore agro.

3.1.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale A:

- TERRITORIO - Miglioramento degli strumenti comunicativi: avvicinare le personalità del territorio;
- TERRITORIO - Formazione didattica: in campo, sui banchi, nei mercati per le aziende e per le scuole;
- TERRITORIO – Comunicazione esterna: marketing territoriale;
- BIOLOGICO - Accessibilità alla produzione biologica: strumenti per favorire la certificazione;
- BIOLOGICO - Qualificazione scientifica dei prodotti di montagna: studi scientifici sulle produzioni locali;
- BIOLOGICO - Accesso al materiale vegetale biologico: reperibilità di sementi e piante certificate;

TERRITORIO - Miglioramento degli strumenti comunicativi: avvicinare le personalità del territorio

Un aspetto su cui investire e progettare attivamente, al fine di avvicinare le personalità del territorio è il miglioramento degli strumenti comunicativi: tale azione, per quanto possa definirsi semplice, implica investimenti e progettualità differenti a seconda delle sotto aree interne.

La semplificazione nella comunicazione, nonostante oggi venga spesso ricondotta alla semplice accessibilità alla rete internet e mobile, necessita oggi di molti più accorgimenti ed investimenti oculati, in particolare al fine di avvicinare diverse personalità specifiche sul territorio. A tal proposito, si intende sviluppare progettualità che supportino ed investano su:

1. Piattaforme e formule di avvicinamento tra personalità del territorio, quali: siti internet, reti di scambio formule di incontro fisico innovative;
2. Connettività e reti;
3. Punti di incontro e luoghi di scambio temporanei o permanenti;
4. Eventi, momenti di raduno e dialogo, zone dedicate in mercati ed altre forme;

La necessità di avvicinamento, richiesta anche dai ristoratori e trasformatori del territorio al fine di poter accedere agevolmente alle materie prime produttive agricole territoriali, è stata sostenuta e confermata dai produttori stessi, i quali si sono mostrati disponibili ed altrettanto interessati allo sviluppo di una rete comune per poter valorizzare i propri prodotti.

Questa richiesta, emersa da ambo le parti, ha innescato lo sviluppo delle progettualità sovraesposte; si aggiunge inoltre che, tali progettualità non intendono coinvolgere solo produttori, trasformatori e ristoratori del territorio ma tante più personalità possibili, dedicando a ciascuno le progettualità necessarie che le figure interessate intendono essere portare a termine e sviluppate. Pertanto, si intendono coinvolte: amministrazioni locali, commercianti, produttori di altro genere, associazioni ed enti locali di altra natura oltre che cittadini. Tale scelta, anche al fine di concorrere positivamente all'obiettivo comune A di contrasto all'abbandono dell'area Appennino bolognese, ed all'obiettivo totalitario di sviluppo territoriale.

TERRITORIO - Formazione didattica: in campo, sui banchi, nei mercati per le aziende e per le scuole

Lo sviluppo di progettualità finalizzate alla formazione didattica in ogni sua forma, riguardi questa le imprese agricole e di trasformazione del territorio oppure le altre personalità del territorio ivi compresi i cittadini in età scolare e non, rientra tra i principi fondamentali individuati, in quanto, al fine di potersi interfacciare con produttori e consumatori (oltre che avventori sul territorio) più consapevoli per quanto concerne il quadro agro-ecologico locale.

Verrà successivamente citata ancora la formazione per quanto concerne altri obiettivi, ma in questo specifico caso ci si riferisce ad una forma di didattica volta alla consapevolezza del potenziale territoriale, della salvaguardia del territorio, dell'educazione ambientale compresa la conoscenza ambientale e faunistica locale oltre che produttiva ed agricola. Le formule di didattica possono naturalmente essere integrate ed integrabili tra i vari sotto-obiettivi distrettuali, sviluppando progettualità che includano diverse sfaccettature.

A tal proposito, si intende sostenere, come distretto, tutte le forme didattiche rientranti nelle seguenti forme:

1. Proposte didattiche (lezioni singole, percorsi didattici, percorsi inseriti in ambito agricolo come fattorie didattiche o altro) in aula, per scuole, adulti, produttori, consumatori o trasformatori. In merito a tematiche ambientali, agricole, sociali ed agro-ecologiche, in forma singola o combinata;
2. Proposte didattiche in luoghi di interesse agricolo, ecologico o ambientale, con formule di visita guidata, visita didattica o altro;

3. Proposte didattiche in luoghi di aggregazione, mercati o altro;
4. Istituzione di luoghi dedicati alla didattica, in campo, in aule, in edifici specifici.
5. Costruzione di reti di lavoro collaborative che possano apportare contributi e valore alla didattica (es: agronomi, biologi, nutrizionisti, medici, esperti dei settori…)

L'importanza di coinvolgimento degli stessi produttori, rende possibile l'interfacciarsi con operatori sensibili ai temi agro-ecologici, interessati alla salvaguardia del territorio anche nello svolgimento degli interventi colturali ed oculate nelle scelte agricole specifiche.

TERRITORIO – Comunicazione esterna: marketing territoriale;

Al fine di garantire un ulteriore contrasto all'abbandono, l'azione di sviluppo progettuale inerente al marketing territoriale rientra tra le principali linee progettuali che si intende sviluppare. A tal proposito, verrà declinato successivamente un capitolo dedicato con tutte le linee attive di intervento che si intende supportare come distretto, in quanto, il corretto sviluppo di questa linea, garantisce benefici specifici anche in merito alla consapevolezza del consumatore ed altri obiettivi di interesse.

L'obiettivo generale C entrerà pertanto in dettaglio ed esplicherà come il distretto intende intervenire attivamente sullo sviluppo dell'area marketing territoriale.

BIOLOGICO - Accessibilità alla produzione biologica: strumenti per favorire la certificazione

Un aspetto di fondamentale sviluppo concerne la ricerca e valorizzazione di strumenti per favorire attivamente l'azione di certificazione delle imprese, al fine di rendere accessibile agli interessati tutto il supporto e le agevolazioni possibili per una certificazione biologica semplice, che non pesi agli operatori.

A tal proposito, si intende supportare e sviluppare progettualità riguardanti:

1. Agevolazioni alla certificazione biologica;
2. Formule di certificazione collettiva;
3. Supporto attraverso formazione e supporto diretto da parte di esperti;
4. Collaborazioni con enti certificatori ed associazioni.

L'accessibilità alla certificazione è una tematica molto interessante da sviluppare soprattutto per quanto riguarda le realtà agricole e di trasformazione di dimensione molto contenuta, sulle quali il peso delle spese di certificazione e le azioni di controllo possono gravare particolarmente per via dei pochi operatori coinvolti e degli introiti contenuti.

BIOLOGICO - Qualificazione scientifica dei prodotti di montagna: studi scientifici sulle produzioni locali

Il succitato interesse per il coinvolgimento di referenti scientifici qualificati, fondamentale per lo sviluppo di diversi degli obiettivi individuati, si conferma fondamentale anche per la qualificazione da un punto di vista scientifico dei prodotti dell'Appennino bolognese, in particolare per quanto concerne le qualità nutrizionali ed organolettiche ma più in generale le conferme di salubrità dei prodotti coltivati nel rispetto del disciplinare biologico in aree gestite responsabilmente da un punto di vista agro-ecologico.

In particolare, il distretto intende promuovere le seguenti progettualità:

1. Collaborazioni con enti universitari, attraverso diverse forme, integrate e di supporto: ricerca, dottorati specifici;
2. Studi di settore, siano economici, agricoli, commerciali o legati all'ambiente;
3. Attività di ricerca sulle produzioni, sui suoli e terreni locali;

La qualificazione dei territori e dei suoli come salubri è pertanto fondamentale, sia da un punto di vista della qualità della vita che della comunicazione esterna.

BIOLOGICO - Accesso al materiale vegetale biologico: reperibilità di sementi e piante certificate;

L'aspetto di accessibilità al materiale vegetale certificato biologico è risultata essere una criticità universalmente percepita come gravosa a tutti gli operatori coinvolti sul territorio in oggetto di progettualità, a tal proposito si intende supportare lo sviluppo di tutti quei progetti che possano agevolare la risoluzione di questa problematica.

In specifico, si intende promuovere:

1. Reti fisiche e virtuali che agevolino la distribuzione di informazioni inerenti alle disponibilità del materiale di propagazione certificato;
2. Reti fisiche e virtuali di vendita del materiale certificato;
3. Costituzione di nuove realtà di produzione, vendita e acquisto materiale di propagazione certificato;
4. Consolidamento di realtà esistenti di produzione, vendita e acquisto materiale di propagazione certificato;

Al fine di ottenere buoni risultati con questa linea di intervento, si sottolinea l'importanza di sviluppare parallelamente anche le reti e la comunicazione per quanto riguarda gli scambi tra personalità del territorio.

3. OBIETTIVI ED INTERVENTI

3.2 OBIETTIVO GENERALE B - ACCRESCERE IL CONSUMO LOCALE DELLE PRODUZIONI BIOLOGICHE DEL TERRITORIO

3.2.1Obiettivi specifici B – Consumo consapevole delle produzioni agro alimentari locali di qualità

a. Potenziare, qualificare ed innovare i mercati comunali riservati alle produzioni locali di qualità
b. Stimolare l'utilizzo delle materie prime locali nella ristorazione locale
c. Sensibilizzare ed informare per incoraggiare una sana alimentazione anche attraverso la ricerca scientifica

3.2.2Linee di intervento dell'Obiettivo generale B (elencare ambiti generali di intervento ad es. formazione, progetti investimenti)

OBIETTIVO B:

L'accrescimento del consumo locale delle produzioni biologiche del territorio, ed altrettanto del consumo consapevole delle produzioni agroalimentari di qualità, risulta essere uno degli obiettivi principali individuati dal piano d'azione del distretto. Il bacino di consumatori che si intende raggiungere è della maggiore ampiezza possibile, incentivando sia le personalità locali, quindi cittadini, trasformatori ed avventori, che quelle estranee all'area di intervento.

a) Potenziare, qualificare ed innovare i mercati con riserve per produzioni locali di qualità

La presenza di mercati comunali ed occasionali rende accessibile ai produttori locali un insieme di opportunità uniche per la comunicazione e la sponsorizzazione dei propri prodotti, oltre che la vendita stessa. Il potenziamento, l'innovazione e la qualificazione di suddetti mercati, rivisitati in un'ottica più inclusiva per quanto concerne il coinvolgimento di produttori e trasformatori locali, rappresenterebbe un'opportunità non indifferente anche per quanto riguarda l'attenzione al territorio da parte delle amministrazioni comunali coinvolte.

Per innovazione, possono essere formulate diverse opzioni che propongano eventi concomitanti ed integrati all'interno del mercato, come formule didattiche, di scambio, e ricreative.

Per quanto concerne il potenziamento, si intende, per quei mercati settimanali che hanno perso "spinta" nel tempo, una rivisitazione e riformulazione per quanto concerne tempistiche, modalità ed espositori proposti, magari con personale specializzato.

Infine, per quanto riguarda la qualificazione, si intende investire correttamente e coerentemente al fine di affermare nuovi mercati occasionali sul territorio, col corretto spazio per le produzioni tipiche locali.

L'insieme di questi sotto-obiettivi concorrenti al macro obiettivo di aumento al consumo di produzioni biologiche locali attiva processi positivi per il suo raggiungimento.

b. Stimolare l'utilizzo delle materie prime locali nella ristorazione locale

Oltre alla sensibilizzazione del consumatore, non meno importante risulta essere la comunicazione con i ristoratori locali, i quali, se coinvolti attivamente all'interno di progettualità, possono essere importantissimi player della filiera corta. I ristoratori, infatti, oltre ad essere acquirenti in primis, risultano essere anche ottimi comunicatori del valore aggiunto dei prodotti locali e quindi promuoverne le qualità organolettiche attraverso la creazione di piatti ad hoc, oppure promuoverne l'acquisto direttamente.

La comunicazione inoltre è vantaggiosa per ambo le parti: il ristoratore dimostrerà sensibilità ed interesse per il territorio, oltre che interesse per la tradizione locale e la promozione, d'altro canto il produttore potrà beneficiare della pubblicità, dimostrare altrettanta attenzione per i trasformatori locali e trasmettere il messaggio di salubrità ed integrità dei propri prodotti.

Dopo una prima analisi dell'attuale situazione relativa al consumo da parte dei ristoratori locali delle produzioni provenienti dall'Appennino bolognese, è emerso che, a parte alcune realtà virtuose molto peculiari, di norma i ristoratori non acquistano le proprie materie prime all'interno del circondario, prediligendo eventualmente materie prime valide ma provenienti da fuori area. Pertanto si è confermato obiettivo importante l'avvicinamento tra produttori e ristoratori, quantomeno per presentare ad entrambi l'opportunità di investimento reciproca.

c) Sensibilizzare ed informare per incoraggiare una sana alimentazione anche attraverso la ricerca scientifica

In correlazione anche alla precedentemente citata didattica, le azioni di sensibilizzazione ed informazione al fine di incoraggiare una alimentazione sana e salubre, con l'aiuto della ricerca scientifica, risultano temi tassello di un medesimo quadro che concorra non solo alla percezione territoriale e produttiva positiva, ma anche alla salvaguardia della salute dei singoli.

Il coinvolgimento della ricerca scientifica, in forma collaborativa da parte di università o in altre forme, al fine di qualificare i prodotti dell'appennino ma anche di corroborare i concetti di sana alimentazione ha grande importanza per il raggiungimento dell'obiettivo in oggetto.

3.2.2 Linee di intervento dell'obiettivo generale B

Consumo consapevole delle produzioni agro alimentari locali di qualità

- MERCATI – Accessibilità dei mercati per i produttori locali;
- MERCATI – Azioni per potenziamento, qualificazione ed innovazione dei mercati settimanali ed occasionali;
- RETE – Formule per l'avvicinamento tra produttori, trasformatori e consumatori;
- SALUTE – Informazione e didattica per la sana alimentazione
- SALUTE – Collaborazioni con enti scientifici

MERCATI – Accessibilità dei mercati per i produttori locali

Uno degli aspetti più sentiti all'unanimità dai coinvolti sul territorio riguarda la necessità da parte dei produttori locali di poter accedere agevolmente agli spot disponibili per i mercati settimanali delle cittadine e paesi principali del territorio, oltre che, secondariamente, per i mercati occasionali sparsi per il territorio. Tale necessità nasce dalla percezione da parte degli imprenditori agricoli di una divisione iniqua degli spazi, con eccessivo accesso ed affluenza di espositori non locali di prodotti similari provenienti da mercati dubbi (provenienza mal citata ed esplicata, generica dicitura "italiano", prodotti venduti come km0 e biologico ma non controllati).

A tal proposito, il distretto si prefigge di perseguire le seguenti linee di intervento:

1) Lavorare sull'accessibilità ai mercati settimanali da parte di realtà produttive virtuose del territorio: valorizzare progettualità volte all'inclusione, come piazzole dedicate ed accesso semplificato;
2) Progettualità collegate alla comunicazione, al fare rete informando i produttori e trasformatori del territorio delle opportunità interne ai mercati;
3) Progettualità legate all'inclusione, anche attraverso la creazione di laboratori, eventi, didattici e non, esperienziali, all'interno dei mercati di prossimità, occasionali o settimanali.

Dall'analisi delle informazioni raccolte, è emerso un maggiore interesse da parte dei produttori nei confronti dei mercati settimanali piuttosto che i mercati "evento" o occasionali, in quanto la cadenza programmata e continuativa consente alle imprese coinvolte di organizzarsi e di creare una continuità anche nel servizio proposto ai consumatori, che si possono abituare e possono contare sulla presenza dei rivenditori prescelti all'interno di una realtà di mercato consolidata e presente.

MERCATI – Azioni per potenziamento, qualificazione ed innovazione dei mercati settimanali ed occasionali;

Come citato in precedenza, le azioni correlate al potenziamento ed eventuale innovazione dei mercati esistenti, qualora necessitino di cambiamenti o miglioramenti, e della qualificazione dei nuovi mercati, concorrono all'obiettivo comune principale di potenziamento del consumo delle produzioni locali.

A tal proposito, il distretto sostiene progettualità:

1. Volte alla costituzione di nuovi mercati sostenibili, solidali, locali, attenti da un punto di vista agro-ecologico;
2. Volte all'innovazione di mercati esistenti, con l'inserimento di proposte differenti, eventi, laboratori, esperienza didattiche e di coinvolgimento, volte ai giovani, agli adulti, ai diversamente abili ed inclusive, oltre che agli operatori stessi del territorio;
3. Campagne di pubblicità, azioni di marketing e volte alla comunicazione esterna delle realtà di mercato presenti, siano esse occasionali, settimanali o evento.

RETE – Formule per l'avvicinamento tra produttori, trasformatori e consumatori;

All'interno dell'obiettivo B, legato all'aumento del consumo delle produzioni locali, si può ricomprendere come sotto obiettivo il miglioramento comunicativo tra i produttori, i trasformatori ed i consumatori. Tale miglioramento di dialogo, già citato in precedenza come concorrente al raggiungimento di altri obiettivi, risulta tassello importante anche all'interno di questo obiettivo primario poiché crea i presupposti per un mercato sano e comunicativo.

In particolare, per stimolare l'utilizzo delle materie prime provenienti dal territorio, all'interno della ristorazione locale, è necessario procedere con investimenti nella rete di comunicazione per accorciare la distanza tra ristoratore e produttore.

A tal fine, si intende sviluppare e promuovere progettualità inerenti:

1. Formule comunicative online e fisiche di avvicinamento tra produttori e trasformatori: es. bacheche virtuali dove mostrare i propri prodotti o le proprie richieste, siti dedicati etc.;
2. Promozione eventi di avvicinamento tra le personalità;
3. Promozione eventi a tema prodotto locale di diversa forma;
4. Sostegno ai ristoratori e trasformatori interessati a sviluppare menù e trasformati con prodotto locale;
5. Incentivare la promozione della provenienza e della salubrità dei prodotti utilizzati all'interno della ristorazione (es: pubblicizzare la presenza di prodotti locali all'interno dei piatti).

Tali progettualità possono inoltre influenzare positivamente anche il rapporto col consumatore come si evince dal punto 5, che concerne la comunicazione diretta ai consumatori.

SALUTE – Informazione e didattica per la sana alimentazione e SALUTE – Collaborazioni con enti scientifici

Il distretto si prefigge inoltre come obiettivo di coadiuvare le progettualità inerenti alla salute della popolazione locale, appoggiando e sostenendo i progetti inerenti alla corretta informazione ed alla didattica in merito alla sana alimentazione, sostenibile ed equilibrata, coinvolgendo anche gli operatori biologici del territorio, ma affidandosi ad esperti di settore che possano promuovere correttamente e competentemente i principi di salubrità.

Pertanto, si intende sostenere progettualità inerenti a:

1. Progetti divulgativi, di informazione e didattici, volti alle scuole, ai giovani, agli adulti o a target specifici di popolazione;
2. Laboratori attivi in campo o in aula dedicati alla salute ed alla sana alimentazione;
3. Promuovere progetti universitari e scolastici inerenti allo studio ed alla ricerca scientifica inerente al territorio o ai prodotti del territorio.

Tali azioni possono inoltre essere integrate con altri obiettivi formativi o divulgativi all'interno di progettualità più ampie e più articolate.

OBIETTIVI ED INTERVENTI

3.3 OBIETTIVO GENERALE C - SVILUPPARE UN MARKETING EFFICACE E INNOVATIVO

3.3.1 Obiettivi specifici C – Diffondere e promuovere il Distretto, la sostenibilità ambientale e sociale

a. Creare il brand del Distretto
b. Sviluppare idonei strumenti di comunicazione
c. Aumentare l'attrattività del Distretto

3.3.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale C

Obiettivo C:

L'obiettivo generale C, individuato nella diffusione e promozione del distretto biologico Appennino bolognese, e con esso i suoi principi che concernono altresì la sostenibilità ambientale e sociale, trova declinazione in tre principali sub-obiettivi che verranno di seguito approfonditi.

Si è reputato necessario rendere la tematica di sviluppo marketing un obiettivo a se stante in quanto dall'analisi dei dati raccolti si è registrata una debolezza universalmente distribuita all'interno del territorio in oggetto per quanto concerne la comunicazione esterna, sia delle disponibilità di prodotto e turistiche dell'area, che della comunicazione concernente la qualità e salubrità dei prodotti.

Pertanto, si intende investire come distretto nella comunicazione esterna delle potenzialità, bellezze e qualità del territorio, sia da un punto di vista agroalimentare e turistico, che come residenza per i cittadini (e contrastare potenzialmente lo spopolamento delle zone appenniniche).

In dettaglio, i sotto obiettivi sono:

a. Creare il brand del Distretto

La costituzione di un brand del distretto biologico Appennino bolognese è risultata una necessità fortemente percepita da tutti gli operatori del biologico coinvolti all'interno del comitato promotore, i quali, hanno manifestato l'interesse di poter distinguere anche visivamente i propri prodotti dal resto del mercato attraverso un logo dedicato; tale necessità è stata accolta e declinata ulteriormente sino alla scelta di costruire, con delle progettualità ad esso dedicate, un vero e proprio brand di differenziazione del prodotto biodistrettuale.

La creazione di un brand, pertanto, non comprende la semplice ideazione di un logo, ma la combinazione di più elementi che ricomprendono uno slogan, un logo ed un lavoro importante sulla comunicazione e sulla storia

coinvolte; infatti, il marchio deve trasmettere dei valori facilmente individuabili dal consumatore assieme al significato complessivo dello stesso.

L'elaborazione di tutti questi aspetti concorre attivamente all'obiettivo comune di comunicazione e marketing.

b. Sviluppare idonei strumenti di comunicazione

Di seguito, lo sviluppo di corretti ed adeguati strumenti di comunicazione, riferiti espressamente alla situazione biodistrettuale in oggetto, concorre alla riuscita del brand stesso ma anche alla comunicazione efficace dal territorio verso l'esterno.

Sarebbe infatti poco proficuo investire su strumenti comunicativi volti a riferirsi espressamente a categorie poco sensibili di consumatori, pertanto, è necessario effettuare studi di settore molto specifici e dedicati, al fine di individuare i consumatori adatti a cui riferire la comunicazione.

c. Aumentare l'attrattività del Distretto

In merito all'aumento di attrattività del distretto, si può ragionare su diversi aspetti e sviluppare progettualità di svariata natura: non si intende proporre progetti che snaturino i luoghi o cambino l'impronta specifica, ma valorizzare le peculiarità agroalimentari e territoriali al fine di dare loro maggior risalto all'interno dei mercati di prossimità ed esterni.

Al fine di migliorare l'attrattività, è possibile lavorare attivamente sulla comunicazione, valorizzare i siti turistici, produttivi e ristorativi con cartellonistica, segnaletica ed installazione di piccoli servizi ad hoc che siano a disposizione degli avventori e che qualifichino ulteriormente i luoghi.

La valorizzazione del territorio visualizzata come miglioramento anche dell'accessibilità da parte dei consumatori e dei turisti, da un punto di vista comunicativo ma anche fisico, ad esempio lavorando sull'inclusività dei diversamente abili all'interno di percorsi turistici, trasmette valore ulteriore al distretto aumentandone l'attrattività. La certezza, da parte di un turista, di trovare servizi all'avanguardia, scarse barriere architettoniche e un'attenzione particolare all'agroecologia e alla salubrità garantiscono un aiuto non indifferente nella comunicazione esterna. Anche la semplice comunicazione tempestiva ed attiva delle aperture, delle disponibilità e dei servizi disponibili, eventualmente in forma virtuale informatica, rappresentano altrettanto un aspetto interessante da sviluppare.

3.3.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale C:

- BRAND – Ideazione del logo e dello slogan;
- BRAND – Comunicazione: principi e valori;
- COMUNICAZIONE – Sviluppo di una comunicazione esterna efficace con strumenti idonei;
- COMUNICAZIONE – L'attrattività del distretto: comunicazione dei valori virtuale;
- COMUNICAZIONE – L'attrattività del distretto: comunicazione dei valori con strumenti fisici

BRAND – Ideazione del logo e dello slogan e BRAND – Comunicazione: principi e valori;

Al fine di coinvolgere attivamente i giovani all'interno del progetto biodistretto Appennino bolognese, nella primavera 2022 si è svolto un contest per la creazione del logo che trasmettesse, al suo interno, i valori chiave del distretto stesso. Con l'adesione di più di 100 partecipanti da scuole di indirizzo superiore del territorio Appennino bolognese e Bologna, sono stati individuati i finalisti, tra i quali verrà scelto il logo che andrà effettivamente a rappresentare il distretto; tale logo potrà subire delle leggere variazioni grafiche a seguito di un adattamento effettuato da esperti del settore.

A sostegno del corretto svolgimento e prosieguo di tale progettualità, verranno sostenute svariate iniziative inerenti, comprese progettualità volte a:

1. Sviluppare strategie comunicative del brand, dei principi e dei valori ad esso associati;
2. Valorizzare il brand attraverso campagne ad hoc;
3. Sensibilizzare gli operatori biologici del territorio coinvolti al corretto utilizzo del brand, al fine di ricavarne maggior visibilità possibile.

Come precedentemente citato, anche la comunicazione e la giusta valorizzazione marketing del brand devono essere considerate e ben sviluppate al fine di trasmettere il giusto valore ai prodotti correlati al marchio.

COMUNICAZIONE – Sviluppo di una comunicazione esterna efficace con strumenti idonei

Il corretto sviluppo di una comunicazione esterna all'area che sia efficace e che sia effettuata con strumenti idonei diventa di importanza fondamentale al fine di trasmettere le giuste informazioni alla "clientela" più mirata possibile. Pertanto si intende promuovere e sviluppare tutte quelle progettualità che possano non solo garantire una buona comunicazione, ma anche un precedente studio efficace dei settori e delle fasce di popolazione a cui riferirsi.

Si intende sostenere, come distretto, progettualità che:

1. Sviluppino studi di marketing e del consumatore, turista o altro target coinvolgibile all'interno della comunicazione;
2. Effettuino analisi di dati, del territorio e dei consumatori al fine di individuare gli strumenti idonei per una comunicazione efficiente.
3. Indaghino sulle specifiche del territorio per quanto concerne gli aspetti agroecologici, ambientali e produttivi positivi da poter trasmettere attraverso il marketing e la comunicazione;

Tali studi ed analisi diventano pertanto propedeutici all'effettuo degli step di marketing successivi che riguardano la trasmissione attiva delle informazioni raccolte.

COMUNICAZIONE – L'attrattività del distretto: comunicazione dei valori virtuale;

Dopo aver identificato il target corretto di comunicazione ed effettuato l'analisi dei dati, si intende comunicare attraverso strumenti digitali i valori e gli aspetti chiave del distretto, comprese le proposte turistiche, i prodotti presenti sul territorio e le realtà visitabili.

A tal proposito si intende promuovere progettualità:

1. Di comunicazione strategica, per settore di clientela, delle informazioni riguardanti il distretto biologico, i valori agroecologici, ambientali e produttivi locali;
2. Di comunicazione specifica inerente agli eventi, alle proposte turistiche (es: pacchetti viaggio…) proposti in loco attraverso i più diversi canali digitali;
3. Di comunicazione reciproca con numeri, siti e luoghi virtuali dedicati al dialogo con turisti, consumatori o interessati;

COMUNICAZIONE – L'attrattività del distretto: comunicazione dei valori con strumenti fisici;

Per quanto riguarda la comunicazione attraverso installazioni fisiche o materiale divulgativo non digitale, si intende procedere all'incentivo di progettazioni inerenti, in specifico:

1. Sostenere progettualità correlate alla produzione divulgativa e comunicativa fisica in loco e fuori area, attraverso depliant e materiale cartaceo o altre forme di oggettistica fisica;
2. Sostenere progettualità legate alla comunicazione e divulgazione attraverso installazioni fisiche sul territorio, che siano cartellonistica, indicative, divulgative o agevolative;

3. Sostenere progetti indirizzati all'accessibilità da parte di tutti, diversamente abili compresi, all'abbattimento di barriere architettoniche e similari.

Tali progettualità, sono come le precedenti, integrabili tra loro e possono concorrere o essere accessorie a progetti di dimensione maggiore.

OBIETTIVI ED INTERVENTI

3.4 OBIETTIVO GENERALE D - REALIZZARE UNA GOVERNANCE EFFICIENTE E PARTECIPATA NEL PROCESSO DI ELABORAZIONE E DEFINIZIONE DEL PIANO DISTRETTUALE

3.4.1 Obiettivi specifici D – Identità territoriale sostenibile

a. Promuovere la gestione integrata e partecipata, l'aggiornamento continuo del Piano e le scelte degli operatori e delle amministrazioni in direzione della sostenibilità e dell'innovazione
b. Coinvolgere in maniera sistematica la ricerca scientifica
c. Inserire il Distretto nelle reti nazionali e internazionali coerenti con le proprie strategie

3.4.2 Linee di intervento dell'Obiettivo generale D

Obiettivo D:

L'obiettivo di realizzazione di una governance efficiente e partecipata nella definizione e nello sviluppo successivo del piano distrettuale risulta essere uno degli obiettivi più importanti per quanto concerne la continuità della progressione del distretto, da un punto di vista di evoluzione sia interna come ente, che territoriale come obiettivi, risultati e goals.

L'aspetto di maggior rilevanza riguarda la sinergia tra le personalità coinvolte internamente al distretto: come espresso all'interno dello statuto, infatti, il distretto presenterà specifiche assemblee rappresentanti i diversi operatori, enti ed associazioni, al fine di agevolare maggiormente l'interlocuzione all'interno delle parti e tra le parti stesse. Il coinvolgimento diretto anche di "simpatizzanti" cittadini coinvolti moralmente ed attivamente all'interno di parte degli obiettivi individuati da strategia e statuto, consente una ulteriore interlocuzione con altre parti, rappresentanti oltre che attivisti, anche consumatori ed avventori.

A tal proposito, si ricorda quali sono gli organi della fondazione:

- l'Assemblea dei Fondatori;
- l'Assemblea dei Partecipanti;

- l'Assemblea delle Istituzioni;
- l'Assemblea della Società Civile;
- il Consiglio di Amministrazione;
- il Presidente ed il Vice Presidente;
- l'Organo di Controllo.

Nel complesso pertanto, l'obiettivo di identità territoriale sostenibile, promossa e sviluppata dagli organi della fondazione, viene garantito qualora le sinergie e lo sviluppo progettuale procedano organicamente, con corretta promozione territoriale e di prodotto, con valorizzazione degli altri obiettivi in genere e con un incremento della produzione biologica e conseguente aumento della SAU bio nel tempo.

a. Promuovere la gestione integrata e partecipata, l'aggiornamento continuo del Piano e le scelte degli operatori e delle amministrazioni in direzione della sostenibilità e dell'innovazione

Come sopracitato, la gestione integrata e partecipata, non solo da parte degli organi della fondazione ma anche da parte delle personalità a cui ci si rivolge, pertanto consumatori, turisti ed avventori o anche eventuali possibili potenziali partecipanti non ancora coinvolti direttamente, garantisce la riuscita del distretto e la continuità nel tempo. L'ascolto, come tema chiave, anche di personalità esterne eventualmente interessate al coinvolgimento diventa un aspetto interessante da tenere in considerazione nei risvolti di sviluppo successivi del progetto.

L'influenza positiva, di amministrazioni ed operatori sensibili interni al distretto nei confronti delle realtà esterne, può promuovere attività e miglioramento anche nell'agroecologia esterna al distretto, con conseguente ingresso di nuove personalità come partecipanti: diventare esempi virtuosi anche per il prossimo e non solo per il proprio miglioramento.

b. Coinvolgere in maniera sistematica la ricerca scientifica

Come citato in precedenza, il coinvolgimento della ricerca scientifica in ogni sua forma è fondamentale per la riuscita corretta della divulgazione e della comunicazione. Risultati scientifici accreditati infatti, garantiscono una percezione positiva delle conclusioni e delle comunicazioni che le personalità esterne ricevono dal distretto: pertanto assicurare risvolti scientifici alle progettualità presenti e future migliora non solo l'affidabilità dei risultati, ma anche la condivisione degli stessi.

Oltre che per didattica e aspetti relativi alla salute, si intende la ricerca scientifica come accompagnatore costante dello sviluppo distrettuale, al fine di ottemperare alle precedenti asserzioni.

c. Inserire il Distretto nelle reti nazionali e internazionali coerenti con le proprie strategie

Infine, l'inserimento del distretto all'interno di reti nazionali ed internazionali che siano vicine ai valori ed ai principi della fondazione risulta un tema di grande interesse. Tali collaborazioni possono essere di vario genere, con enti privati o enti pubblici, da realtà di promozione territoriale locali a realtà internazionali promosse da enti pubblici.

Linee di intervento dell'Obiettivo generale D:

- GESTIONE – Coinvolgimento interno alla fondazione: innovazione, rinnovo, attività
- GESTIONE – Influenze positive esterne
- RICERCA – La ricerca scientifica in accompagnamento al distretto
- RETE – Reti nazionali ed internazionali: opportunità da sviluppare

GESTIONE – Coinvolgimento interno alla fondazione: innovazione, rinnovo, attività

All'interno della seguente linea di intervento si intende promuovere e sostenere progettualità legate a:

1. Promozione delle azioni interne tra gli organi della fondazione: condivisione attiva delle decisioni e delle azioni prese all'interno delle assemblee;
2. Investimenti sulla comunicazione, tra le parti coinvolte, con la costituzione di formule di incontro sia fisico che virtuale, attraverso la creazione di punti di incontro, gestione di sale assembleari o formule digitali;

Le azioni di sviluppo comunicativo tra le parti rappresentano un tassello fondamentale per quel che concerne lo scambio informativo e il progresso unanime del distretto nella sua interezza, pertanto, trattandosi di un distretto particolarmente esteso in area e particolarmente numeroso e differenziato per quanto concerne i partecipanti e le loro tipologie, progettualità legate a tale sviluppo sono necessarie.

GESTIONE – Influenze positive esterne

Come linea di intervento relativa alle influenze positive esterne, si intende le influenze positive che il distretto può attuare nei confronti delle personalità territoriali non ancora coinvolte come fondatori o partecipanti all'interno del distretto.

A tal proposito, il distretto intende promuovere ed attuare le seguenti linee progettuali:

1. Promuovere, sostenere e divulgare i principi ed i valori distrettuali al fine di coinvolgere nuove personalità del territorio, siano esse potenzialmente appartenenti a qualunque degli organi della fondazione;
2. Progettualità atte alla comunicazione dei risultati positivi ottenuti, delle progettualità stesse invitando le altre personalità territoriali alle medesime azioni positive: valorizzare l'inclusività;

RICERCA – La ricerca scientifica in accompagnamento al distretto

Come elaborato in precedenza, la ricerca scientifica non deve limitarsi alla semplice didattica ma essere fulcro nell'accompagnamento costante dello sviluppo progettuale, in tutti i suoi futuri step e non solo in forma passiva o tangenziale.

Si intende pertanto sostenere progettualità inerenti a:

1. Attività di ricerca su prodotti, settori, aspetti commerciali o qualsiasi altra forma utile all'accompagnamento distrettuale;
2. Attività di accompagnamento costante, con riferimenti scientifici a disposizione per collaborazioni, chiarimenti, spiegazioni e sostegno allo sviluppo distrettuale.

RETE – Reti nazionali ed internazionali: opportunità da sviluppare

Le proposte di collaborazione, l'inserimento in altre reti, che siano nazionali o internazionali, interne o esterne rendono possibile la crescita distrettuale in maniera trasversale; pertanto, tenere aperte le possibilità di collaborazione con altre realtà può apportare risvolti positivi alla causa.

A tal proposito si intende sostenere progettualità di:

1. Collaborazione e sviluppo progettualità con enti esterni al fine del raggiungimento di obiettivi comuni e sostegno dei valori distrettuali;
2. Sostegno nell'inserimento di reti virtuose e di valore che siano nazionali o internazionali;
3. Sviluppo progettualità con fini comuni assieme ad altre realtà virtuose.