



FILIERA CORTA

PROPOSTA
D'INTERVENTO

ANCONA 03 FEBBRAIO 2011



Proposta di intervento



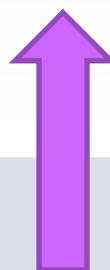
L'ultima fase del lavoro ha riguardato la progettazione di una ***proposta funzionale che incentivi ed agevoli il sistema filiera corta***, con lo scopo di avvicinare gli attori principali della filiera agroalimentare.



Proposta di intervento

**Strategia di sviluppo
del sistema "FC"**

Rappresentanti



**Enti
Istituzioni**

**Regione
Marche**

Proposta di intervento

Produttori
Analisi delle aspettative

Consumatori
Analisi delle aspettative

UNIVPM
Analisi dei costi



PRODUTTORI

BISOGNI REALI

Il Produttore punta molto ***sull'origine della materia prima*** che ritiene fondamentale per ottenere alimenti dalla qualità elevata; ha grosse ***difficoltà a contenere i costi di produzione*** e organizzare tutto l'apparato produttivo e ***commerciale*** evidenzia ***lacune formative*** e di tempo a disposizione nelle fasi di promozione e vendita.

Per questo pensa che ***l'aggregazione di più produttori***, riconoscibili attraverso marchi dedicati, ***possa facilitare lo sviluppo della vendita diretta.***



PRODUTTORI



BISOGNI REALI

ORIGINE MATERIA PRIMA

Garantire l'origine aziendale vista come requisito necessario per le produzioni di qualità

CONTROLLO DEI COSTI

Riuscire a contenere i costi di produzione ed organizzare al meglio l'attività produttiva e commerciale

FORMAZIONE

Strategie di marketing, corsi di informatica, e tecniche di produzione

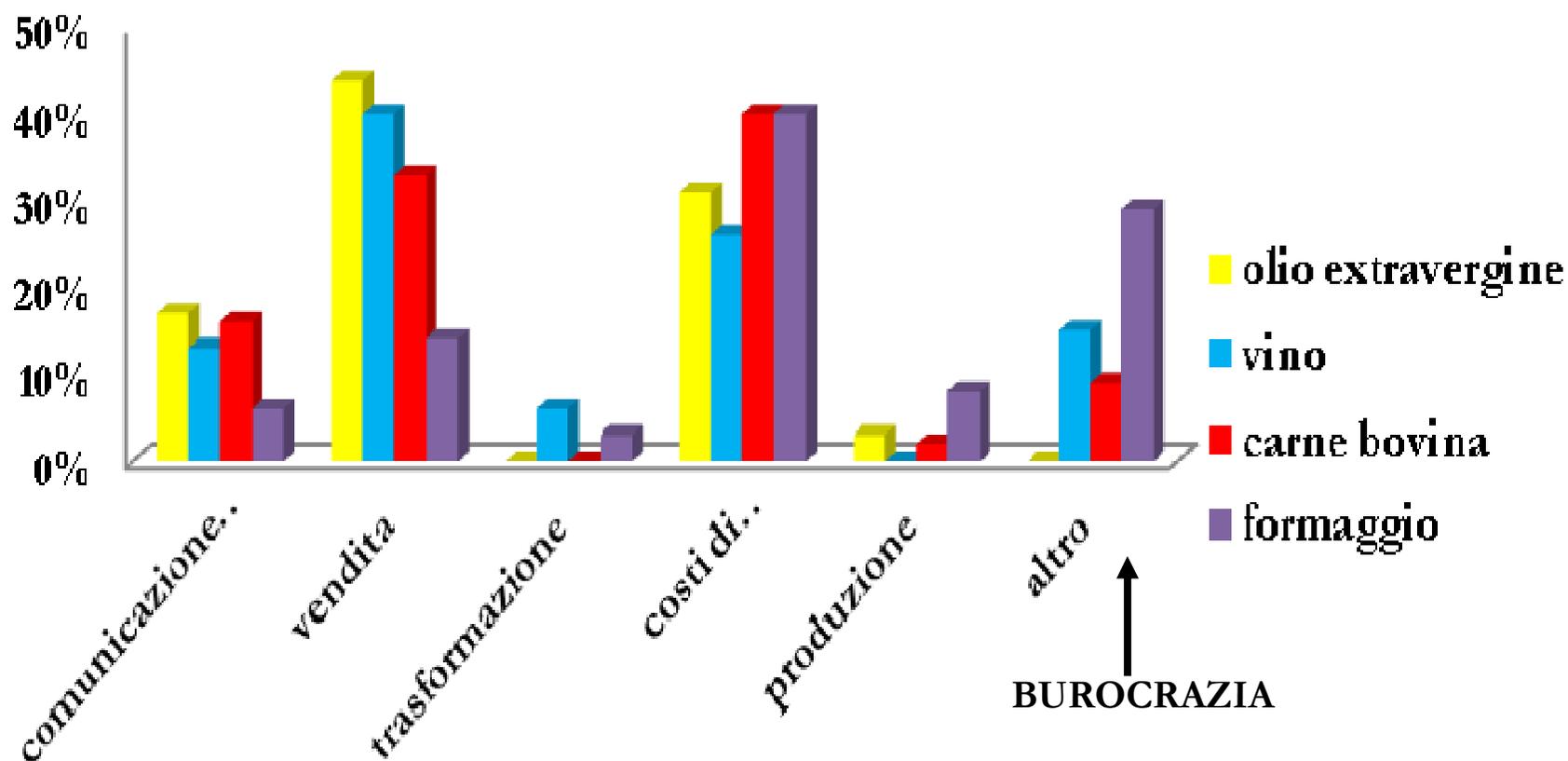
FORME AGGREGATIVE PER FAVORIRE LA VENDITA DIRETTA

Favorire l'aggregazione di più produttori, riconoscibili attraverso marchi dedicati, al fine di facilitare lo sviluppo della vendita diretta



PRODUTTORI

CRITICITÀ RISCONTRATE NELLA VENDITA DIRETTA





CONSUMATORI

BISOGNI REALI



Il consumatore vuole soprattutto **informazione**, sui prodotti e su come meglio utilizzarli; vuole conoscere i processi produttivi, ha fiducia nel produttore ma vuole scegliere e **controllare** i prodotti, non si fida completamente della certificazione anche se ricerca **prodotti sicuri**; è predisposto a **favorire l'economia agricola del territorio** ma trova difficoltà per raggiungerla, **vuole spendere il giusto ed è disposto a pagare la qualità.**



CONSUMATORI



BISOGNI REALI

INFORMAZIONE

Una corretta informazione sui prodotti, processi produttivi ed etichettatura al fine di migliorare la capacità di scelta

SICUREZZA CONTROLLO

Controllo dei processi e prodotti sicuri sotto l'aspetto igienico-sanitario

ETICA

Intesa come aspettative di responsabilità, di onestà e di trasparenza

VALUTAZIONE DIRETTA

Conoscenza del produttore e verifica che il prodotto acquistato sia rispondente alle aspettative ed a quanto comunicato

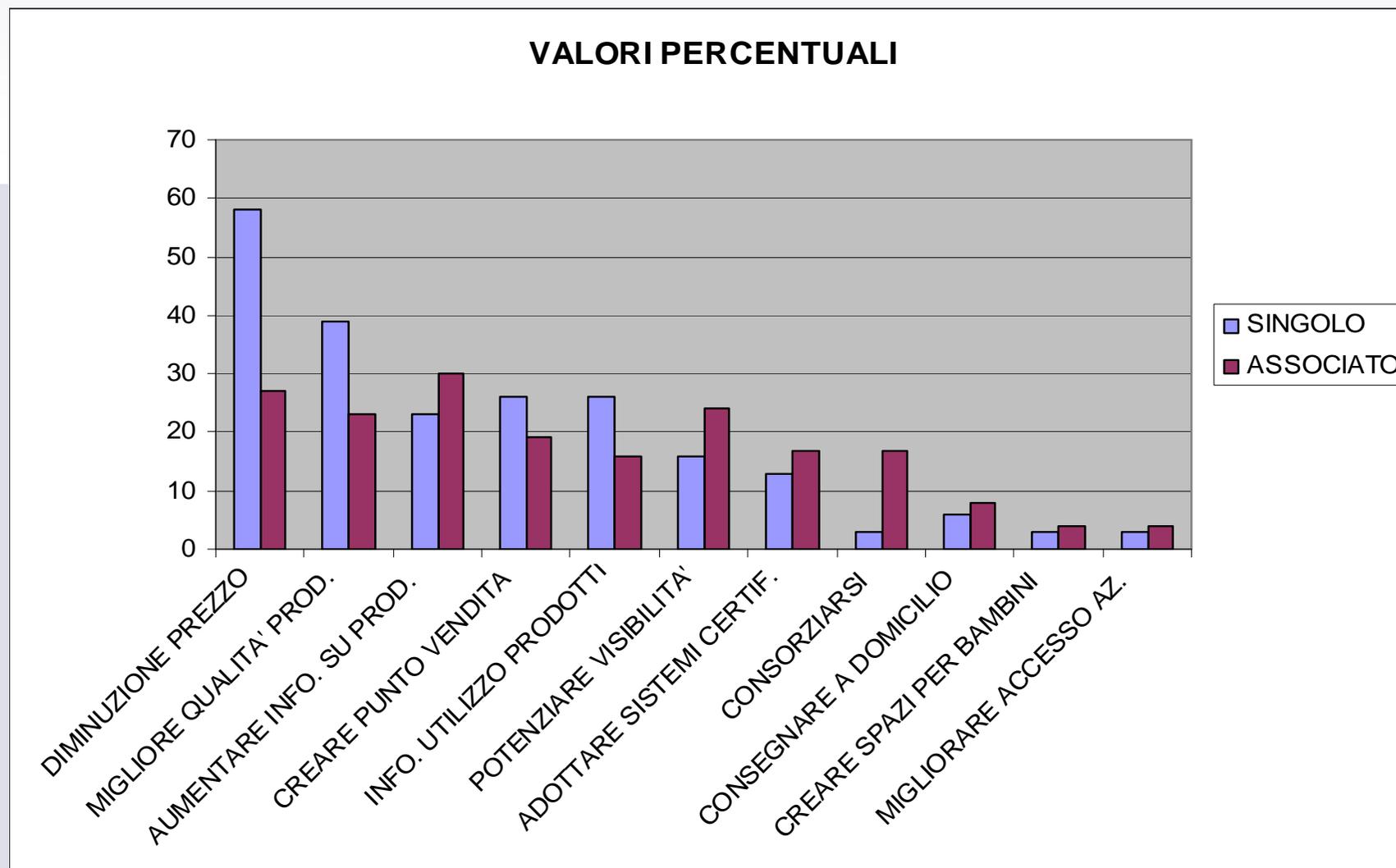
AGEVOLAZIONE ALL'ACQUISTO

Intesa come reperibilità del prodotto e logistica



CONSUMATORI

AZIONI RICHIESTE AL PRODUTTORE PER SODDISFARE LE PROPRIE ESIGENZE





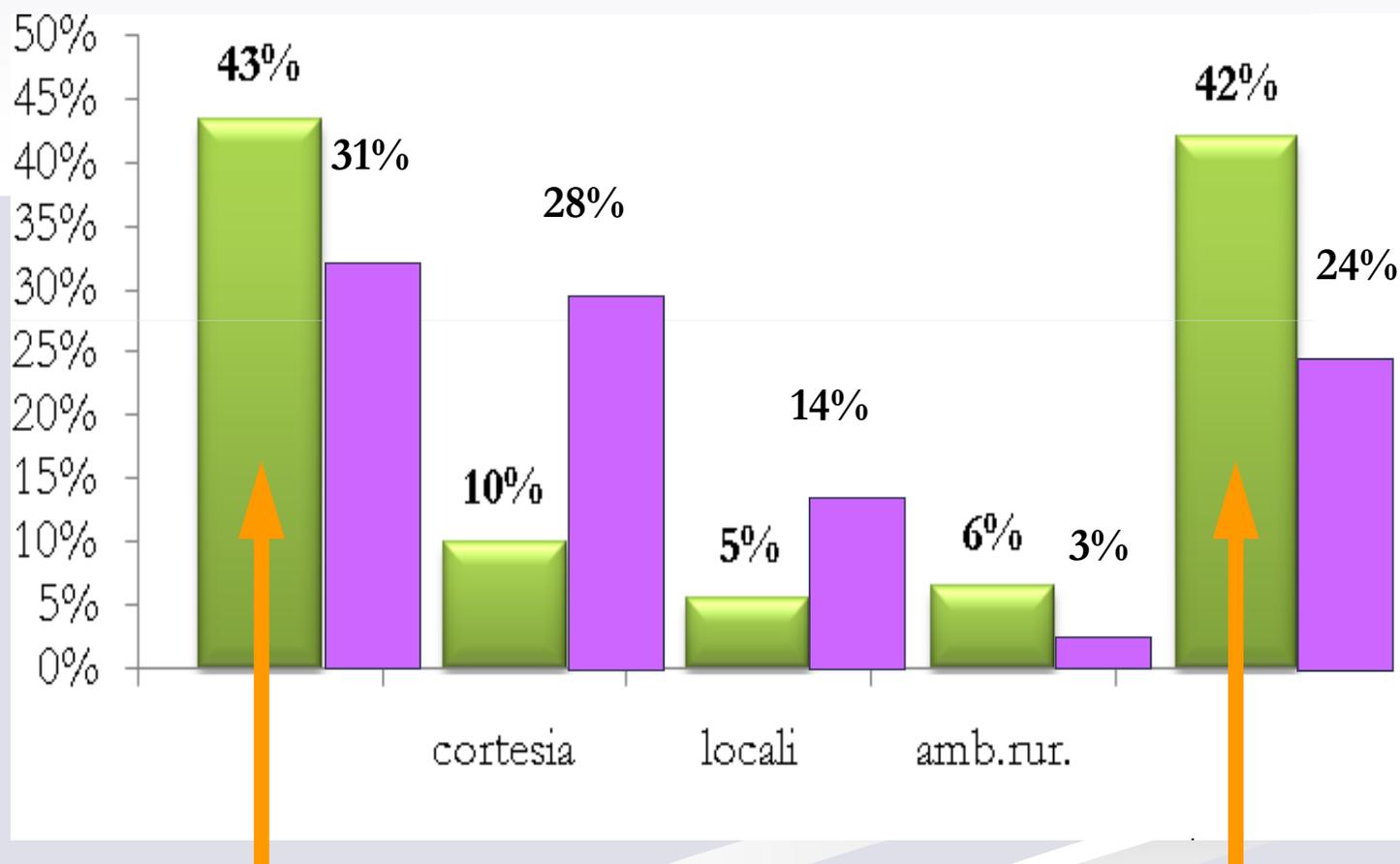
CONSUMATORI

I PERCHE' DELL'ACQUISTO IN AZIENDA



CONSUMATORE SINGOLO

CONSUMATORE ASSOCIATO



RAPPORTO DIRETTO

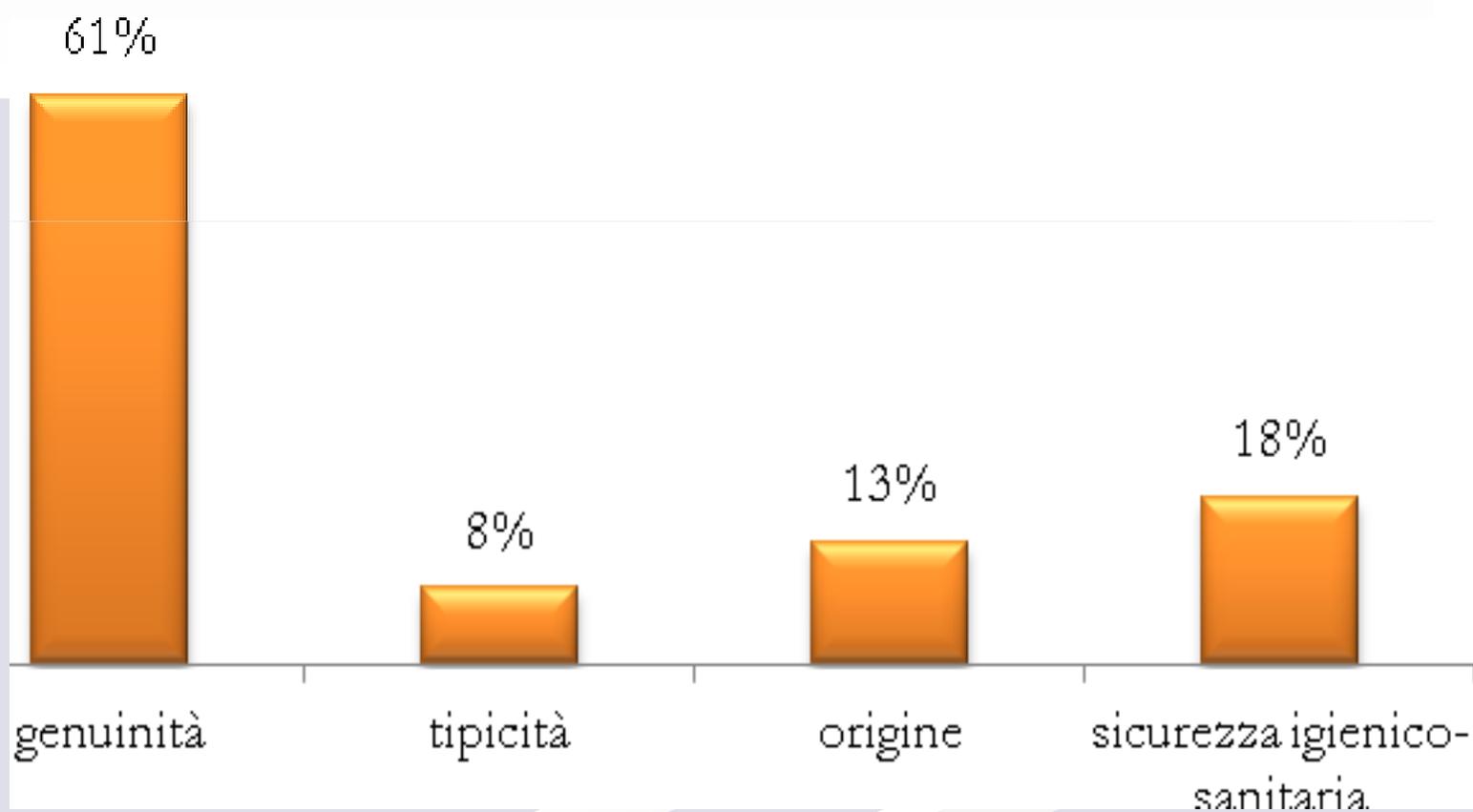
VERIFICA PRODUZIONI



CONSUMATORI



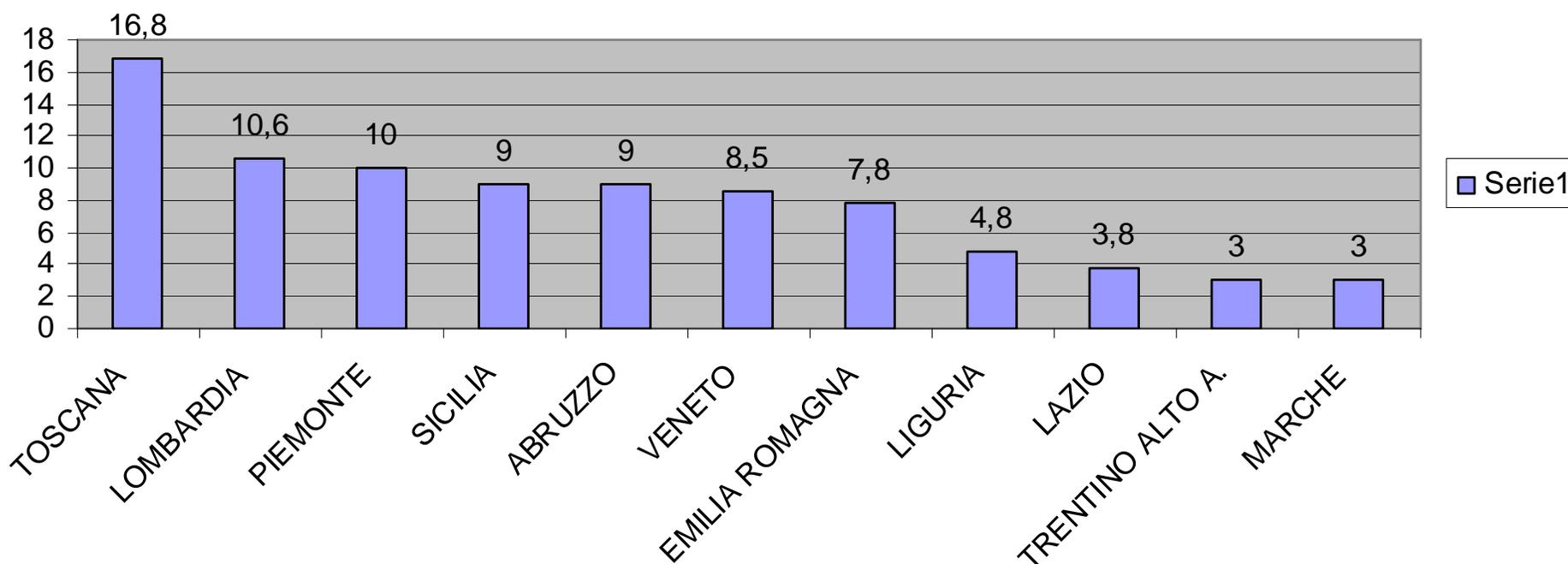
QUALITÀ DEL PRODOTTO





LA VENDITA DIRETTA IN ITALIA

AZIENDE CON VENDITA DIRETTA PER REGIONE (%)



Coldiretti/Agri 2000, osservatorio sulla vendita diretta, dati anno 2007



CRITICITA' EMERSE PER LA FILIERA CORTA NELLE MARCHE



Contenimento dei costi

La richiesta di formazione

Scarsa aggregazione

Insufficiente promozione

Prodotti sicuri

Difficoltà all'acquisto

Maggiori informazioni

PRODUTTORI

CONSUMATORI



PROPOSTA D'INTERVENTO



QUALE RISPOSTA AI BISOGNI ?

**REALIZZAZIONE DI UN SISTEMA “FC” VERIFICABILE ATTO A
FORMARE UNA RETE DI SCAMBIO REGIONALE DEI PRODOTTI
TRA SOGGETTI INTERESSATI**



REQUISITI CARDINE DEL SISTEMA "FC"



SOSTENIBILE

APPLICABILE



TRASPARENTE

VISIBILE

CREDIBILE/AFFIDABILE

COMPATIBILE / SINERGICO



PROCESSI DEL SISTEMA “FC”

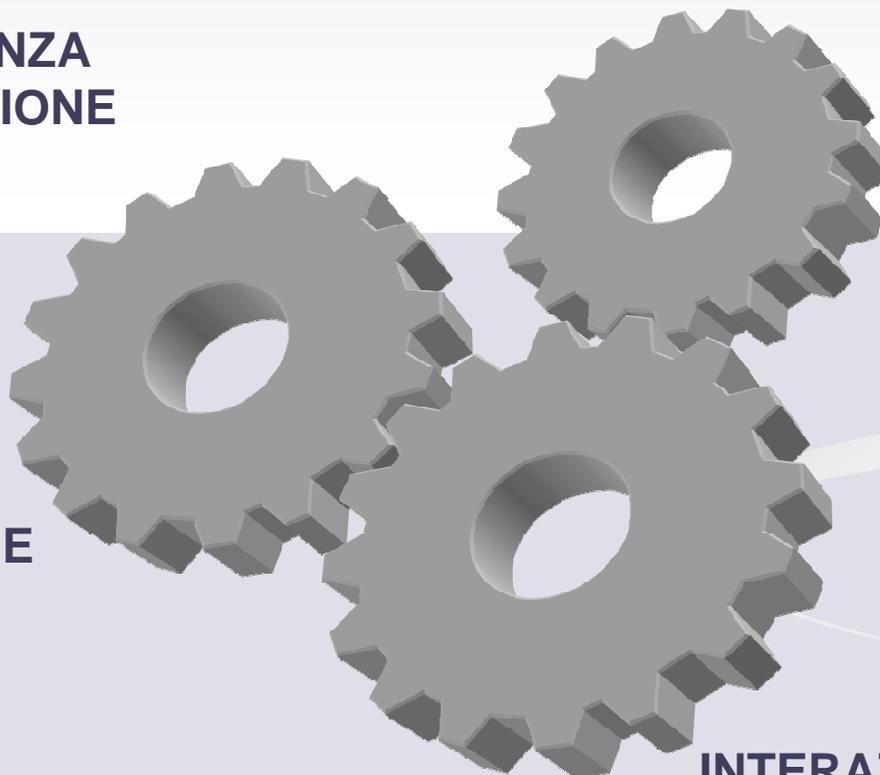
MARKETING PROMOZIONE

ACCOGLIENZA
DEGUSTAZIONE

FORMAZIONE

INFORMAZIONE

INTERAZIONE TRA SISTEMI DI QUALITÀ



STANDARD
PRODOTTI

CONTROLLI

INTERAZIONE TRA SOGGETTI



STANDARD PRODOTTI NEL SISTEMA FC



**ORIGINE
MATERIA PRIMA**

**Unicamente
Aziendale**

- **Bilancio di massa**
- **Tracciabilità**

**METODO DI
PRODUZIONE**

**Schede
aziendali di
processo**

**Schede di
registrazione**

**TRASPARENZA
DEL PREZZO**

Pubblicazione dei listini



CONTRATTO TERRITORIALE



Con la definizione “Contratto territoriale”, intendiamo la stesura di **accordi/convenzioni tra produttori a vendita diretta ed esercenti del commercio**, (dettaglianti, ristoranti, bar) interessati, attraverso la loro attività, **a favorire l’offerta delle produzioni del territorio** a vendita diretta e/o utilizzare le stesse come materie prime nei loro menù.



CONTRATTO TERRITORIALE



Le aziende agricole si impegnano a:

- Praticare uno sconto del xx % sul prezzo di listino verso gli esercizi commerciali.
- Trasmettere agli esercizi commerciali il listino prezzi, identico a quello praticato per la vendita diretta.
- Mantenere fermi i listini per un determinato periodo di tempo concordato.



CONTRATTO TERRITORIALE



Gli esercizi commerciali si impegnano a,

- Praticare un ricarico sui prodotti tale che il prezzo di vendita al pubblico sia identico a quello di listino praticato presso le aziende agricole.
- In caso di servizio al tavolo applicare un ricarico limitato rispetto al prezzo di vendita nelle aziende agricole.
- Collocare in appositi espositori esclusivamente i prodotti forniti dalle aziende della rete.
- Inserire negli espositori almeno X prodotti merceologici diversi, provenienti da almeno N. aziende agricole diverse e un minimo di Y etichette diverse.



Potenzialità del sistema “FC”



- Favorire la partecipazione dei soggetti al sistema.
- Migliorare la qualità dei prodotti sul mercato dal punto di vista organolettico e sanitario.
- Avvicinare il consumatore in modo consapevole ai prodotti ed al territorio.
- Garantire il presidio del territorio attraverso il mantenimento di produzioni locali, di nicchia.



APC: Area Progetti



L'area progetti si occupa della realizzazione di progetti per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari e/o del territorio commissionati da soggetti pubblici.

2008

Progetto: “Valutazione Sistema Qualità del DRQ”
Committente GAL “Colli Esini San Vicino”



Progetto: “Oasis – Gestione integrata dell’acquacoltura e della pesca costiera nelle zone dell’adriatico centro meridionale” – Interreg IIIA Transfrontaliero Adriatico.
Committente Provincia di Ancona



2009

Progetto: “Pecorino Caglio Vegetale”
Committente Provincia di Macerata





APC: Area Progetti



2009 – 2010

Progetto: “Filiera corta”

Committente: Regione Marche P.F. Commercio e tutela dei consumatori



2011-2012

Progetto: “Analisi e monitoraggio del servizio di ristorazione delle Mense Scolastiche del Comune di Ancona”

Committente: Comune di Ancona

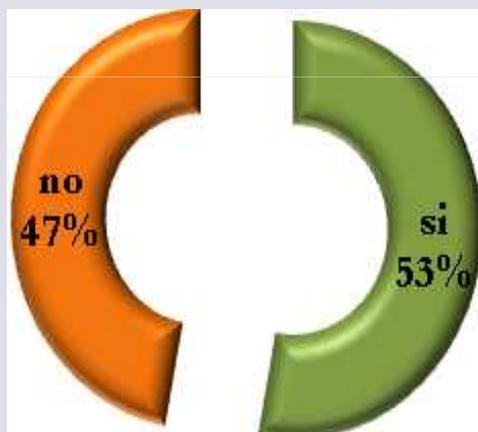




NOTA A MARGINE



CONOSCE L'ESISTENZA DEL MARCHIO QM?



CONSUMATORE
FILIERA CORTA



CONSUMATORE
FILIERA LUNGA



Grazie per l'attenzione

ANCONA 03 FEBBRAIO 2011