

SOMMARIO

1. SCOPO.....	2
2. VANTAGGI DELLA FILIERA CORTA	2
3. ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA CORTA	2
4. FILIERA CORTA BIOLOGICA	2
5. MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO.....	3
6. I LUOGHI DELLA FILIERA CORTA.....	3
6.1. VENDITA DIRETTA	3
6.2. MERCATI CONTADINI.....	3
6.3. GRUPPI D'ACQUISTO	4
6.4. GRUPPI DI OFFERTA	4
7. IL CONTROLLO E LA CERTIFICAZIONE DELLA FILIERA CORTA	4

1. SCOPO

Scopo della presente Linea Guida è quello di definire chiaramente il concetto di “Filiera Corta” e cercare di ottimizzare l’attività di controllo e certificazione.

2. VANTAGGI DELLA FILIERA CORTA

Il consumatore ricerca prodotti genuini, naturali e sani contraddistinti da una qualità legata al rispetto e alla valorizzazione del territorio.

Questo fenomeno sociale ha aperto nuove frontiere ad una commercializzazione che può creare enormi benefici al consumatore sia dal punto di vista economico, che della freschezza del prodotto. Attraverso la Filiera Corta, il consumatore ha una migliore conoscenza delle qualità intrinseche del prodotto biologico e può conoscere chi lo produce.

La Filiera Corta si realizza quando si “accorcia” il numero degli intermediari commerciali presenti lungo la catena che porta il prodotto dal campo alla tavola.

Questo contribuisce a ridurre i costi e pertanto avvantaggia contemporaneamente sia il consumatore che il produttore.

Non sempre la Filiera corta coincide con il “Km zero”, esistono articoli quali ad es. gli agrumi che per ragioni climatiche non possono essere coltivati in tutta Italia, ma dove questo è possibile la filiera si approvvigiona di prodotto locale.

Privilegiare il consumo e l’acquisto dei prodotti locali crea valore aggiunto sul territorio oltre ad incentivare la biodiversità delle produzioni.

Ma c’è anche un vantaggio derivante dal minor percorso che le merci fanno e quindi dal minor inquinamento provocato dallo spostamento dei prodotti.

3. ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA CORTA

La Filiera Corta si fa organizzando i produttori ed i consumatori. È fondamentale, per il successo di questo modello, che si instauri un rapporto paritario tra gruppi d’offerta e gruppi di domanda: due strutture che si incontrano, si conoscono e si associano. Da un lato, i piccoli produttori, associandosi, offrono un servizio migliore ai consumatori garantendo la continuità dei prodotti, presentando la propria azienda e i problemi produttivi che si affrontano quotidianamente. Dall’altro lato, i consumatori associandosi creano una domanda aggregata, scelgono i produttori per le forniture ed insieme ad essi programmano le produzioni e le consegne, nel massimo rispetto possibile della stagionalità.

4. FILIERA CORTA BIOLOGICA

Ovviamente parlando di Filiere Biologiche si dà un ulteriore valore aggiunto infatti l’agricoltura biologica non è solo un metodo produttivo, ma è anche un modello di sviluppo rurale che si propone

di tutelare e valorizzare, senza l'uso di pesticidi e concimi di sintesi chimica e tecniche inquinanti, l'ambiente e le risorse naturali.

I prodotti biologici sono sicuri perché controllati lungo tutta la filiera di produzione, trasformazione e commercializzazione, secondo regole omogenee in tutta Europa, da parte di Organismi di Controllo appositamente autorizzati dagli Stati Membri.

Non a caso per la Commissione Europea l'agricoltura biologica "è uno strumento tra i più importanti per ottenere prodotti di qualità compatibili con l'ambiente" (dal Piano di Azione Europeo- 2004).

5. MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO

I consumatori ed i produttori devono porre sempre maggiore attenzione a come vengono confezionati i prodotti: utilizzare meno plastica possibile, più in generale ridurre gli imballaggi, anzi eliminarli quando sono davvero inutili.

Attraverso la Filiera Corta è possibile perché è vero che l'imballaggio è tanto più complesso e costoso (per l'ambiente) quanto più è lunga la filiera dal produttore al consumatore. Un modo virtuoso di riduzione degli imballaggi si ottiene anche quando i produttori organizzati sono in grado di fornire distributori self service di alcuni prodotti (per esempio latte, ma anche la stessa frutta).

6. I LUOGHI DELLA FILIERA CORTA

6.1. VENDITA DIRETTA

Questa è la forma più semplice di filiera corta. Il produttore apre, in genere nella stessa azienda, uno spaccio per la vendita dei prodotti propri. Fino al 2001 tale attività era disciplinata dalla Legge 59 del 1963, poi modificata con la legge di orientamento (il Decreto Lg.vo 228/2001) che ha aumentato le possibilità di vendita diretta e le agevolazioni per i produttori che organizzano presso la propria azienda o anche in luogo fisso fuori dall'azienda, la vendita delle proprie produzioni.

Il produttore mette in vendita produzioni della sua azienda in misura prevalente rispetto al totale delle produzioni offerte ai consumatori, con la possibilità di integrare anche con prodotti di altri contadini ed allevatori.

Anche la vendita diretta, al di fuori o entro la propria azienda, è soggetta alle normative sanitarie e fiscali delle normali attività commerciali.

I pregi di questa forma di filiera corta sono enormi:

- Contatto diretto consumatore - produttore;
- Il consumatore può conoscere l'azienda agricola, il modo di coltivazione ed il rispetto per l'ambiente delle produzioni biologiche.
- Il produttore riesce a valorizzare la stagionalità delle proprie produzioni.

6.2. MERCATI CONTADINI

In tutte le regioni italiane si sono sviluppati i mercati di produttori biologici, qualche volta in abbinamento a mercati civici già esistenti per le produzioni convenzionali.

La normativa legislativa di riferimento è il D.L.vo 228/2001, da un lato, ed il Decreto mipaf 20.11.2007 “Regolamento dei mercati di vendita diretta degli imprenditori agricoli” dall’altro. Occorre fare attenzione e distinzione tra ambulanti, cioè commercianti, e produttori che vendono nei mercati. Non necessariamente un banco di frutta e verdura di un mercato ortofrutticolo è gestito da un produttore, più di una volta chi lo gestisce è un commerciante.

I mercati contadini, invece, per essere definiti tali, sono aperti solo ai produttori agricoli.

Il mercato dei produttori deve/può prevedere il coinvolgimento delle associazioni di consumatori per verificare la politica dei prezzi, per esempio, ma anche per organizzare, insieme ai produttori, attività di informazione e culturali

in genere. Il mercato dei produttori deve possedere un proprio regolamento a garanzia sia dei produttori che dei consumatori e viene autorizzato dal Comune in cui lo si vuole istituire, nel rispetto delle normative che lo stesso Comune ha adottato in armonia con il Decreto mipaf 20.11.2007

6.3. GRUPPI D’ACQUISTO

Sono quelle organizzazioni di consumatori, informali o dotate di un proprio statuto, che decidono di riunirsi per acquistare i prodotti biologici direttamente dal produttore o da gruppi di produttori organizzati con piccole/medie piattaforme, beneficiando di un taglio importante sul prezzo finale dovuto, appunto, all’accorciamento della filiera di vendita.

Alcuni gruppi d’acquisto hanno assunto come obiettivo prioritario la sensibilizzazione del consumatore alle problematiche dello sviluppo sostenibile e l’educazione al consumo critico; per questo hanno assunto la denominazione di GAS (Gruppo di Acquisto Solidale). Solidarietà tra consumatori; solidarietà tra consumatori e ambiente; solidarietà tra consumatori e produttori.

6.4. GRUPPI DI OFFERTA

Sono quelle organizzazioni di produttori che per dare maggiori garanzie ai consumatori in ordine alla continuità delle forniture, ma anche alla verifica della qualità e della salubrità dei prodotti, si costituiscono in Gruppi di Offerta.

Il gruppo di offerta può essere una cooperativa o una società agricola; deve disporre di locale idoneo per la prima lavorazione del prodotto (lavaggio, selezione e confezionamento). Aggregandosi, i piccoli produttori risolvono con più efficacia anche i problemi di trasporto abbattendo i relativi costi.

7. IL CONTROLLO E LA CERTIFICAZIONE DELLA FILIERA CORTA

In questo ambito va riconosciuto il valore di sistema di controllo interno della qualità nelle imprese e nelle forme aggregate di produttori e operatori (associazioni, cooperative, distretti territoriali e di filiera) che potrebbero comportare una semplificazione amministrativa e burocratica senza compromettere l’affidabilità dei necessari sistemi di certificazione di parte terza, e la conformità ai requisiti richiesti dalla normativa comunitaria che dovranno comunque essere garantiti.

Si coglie l’occasione per richiamare un esempio di semplificazione previsto dalla normativa in vigore negli USA, lo standard NOP, che prevede che le piccole aziende (volume di affari inferiore a

5.000 \$) che vendono direttamente al consumatore finali siano esentate dal richiedere la certificazione.

Sulla base di tale esempio sarebbe auspicabile introdurre questo concetto anche nella normativa comunitaria infatti stante gli attuali requisiti di controllo stabiliti dal Reg. CE 834/07, non si intravedono altre possibilità di semplificazione del sistema di controllo vigente.

Per quanto riguarda i requisiti aggiuntivi introdotti dalla “filiera corta” dovranno essere chiaramente individuati e soggetti ad attività di controllo e certificazione volontarie aggiuntive sulla base di specifici disciplinari tecnici.

Pertanto qualora i luoghi della filiera corta (mercati di contadini, gruppi di acquisto, gruppi di offerta) si siano dati un regolamento che preveda specifiche regole o limiti in merito a:

- prezzi,
- origine dei prodotti,
- distanza di approvvigionamento (Km zero)
- antiche varietà
- varietà locali
- riduzione dell’impatto ambientale
- etc.

la certificazione si farà garante anche del rispetto di tali specifiche andando ad aumentare la garanzia delle informazioni trasmesse ai consumatori.