

**FILIERA ALIMENTARE  
CORTA: UN MODELLO PER  
UN'ALTRA ECONOMIA E UN  
ALTRO CONSUMO  
( Progetto UE/AIAB )**

- Introduzione
- Promotori del progetto AIAB e SOIL Association,
- Finanziamento UE, Italia e regno uniti
- La campagna promossa dall'AIAB è chiamata G.O.D.O (Gruppo d'offerta e Domanda organizzata) per significare la possibilità che il consumatore si riappropri del piacere di scelta e della consapevolezza nel fare gli acquisti direttamente dal produttore.

- **Cenno sull'”Alimentazione biologica”**
- *Definizione dell'agricoltura biologica*
- L'insieme dei metodi di produzione per coltivare la terra valorizzando al massimo la capacità produttiva naturale del suolo e delle piante senza uso di prodotti chimici di sintesi in nessuna fase del ciclo produttivo (coltivazione, trasformazione e condizionamento). Cioè produrre con metodi non aggressivi, senza nuocere all'equilibrio ambientale. Sono vietati perciò diserbanti, insetticidi, fungicidi, fertilizzanti, coloranti e conservanti non naturali, cioè prodotti sinteticamente in laboratorio.
- Per AIAB, l'agricoltura biologica non è solo un metodo di produzione, ma anche una scelta a favore della biodiversità e della tutela dell'ambiente, del rispetto delle condizioni di vita degli animali allevati e dell'impegno etico nei confronti di chi lavora in agricoltura: insomma un modello di sviluppo ecosostenibile.
- Gli alimenti biologici: derivati da agricoltura biologica.
- Gli agricoltori biologici sono i custodi del territorio.

- **METODI DI PRODUZIONE**

- **La vita nel terreno agricolo e la sua fertilità**

- passa attraverso l'interramento dei residui della coltivazione, degli scarti della cucina, del letame e del sovescio

- **I sistemi di difesa delle piante: natura e biodiversità**

- La lotta biologica è una tecnica colturale che si avvale della competizione esistente in natura tra organismi predatori e parassiti delle piante.
- Per difendere le colture l'agricoltura biologica si può utilizzare anche la pacciamatura che consiste nel coprire il terreno con residui vegetali, materiale cartaceo o plastica biodegradabile in modo da impedire la crescita delle piante infestanti e lo sviluppo di malattie mantenendo l'umidità del terreno.

- La rotazione

- Le consociazioni

- **Le stagioni in campagna**

- La disponibilità degli alimenti è stagionale

- **L'allevamento**

- Cosa mangiano gli animali

- Il benessere degli animali

- La cura delle malattie

- **La trasformazione e la conservazione degli alimenti**

- - La raccolta
- - Il processo di trasformazione
- - Il processo di conservazione
- - Il confezionamento

**Corretta alimentazione** = buona qualità della vità = varia  
spesso le tue scelte a tavola, scegli la qualità e limita la  
quantità di grassa, no alle di

- **ETICHETTE SULLE CONFEZIONI ALIMENTARI**

- **La denominazione di vendita o nome comune del prodotto.**
- **L'elenco degli ingredienti**, cioè l'enumerazione, in ordine di peso decrescente, delle sostanze, compresi gli additivi, impiegati nella preparazione del prodotto alimentare.
- **Il quantitativo netto** ( peso per i prodotti secchi e volume per quelli liquidi).
- **Quantità degli ingredienti in percentuale** ( se questa figura nella denominazione)
- **Il termine minimo di conservazione o data di scadenza** (per alimenti deperibili)
- **Le modalità di conservazione e di utilizzazione**, qualora sia necessaria l'adozione di particolari accorgimenti in funzione della natura del prodotto.

- **Data di produzione**, tranne per alcuni prodotti,( è il principale indicatore di freschezza per i prodotti deperibili)
- **Tracciabilità** (sicurezza alimentare)
- **Etichetta nutrizionale** ( obbligatoria per i prodotti dietetici e per gli alimenti destinati agli animali domestici)
- **Materiale di imballaggio**
- **Pittogramma con l'invito alla raccolta differenziata dei rifiuti**
- **Nome di fantasia**
- **Eventuale ricetta/e**
- **Messaggi pubblicitari**
- **Operazioni promozionali**
- **Standard europeo “ e” della confezione**
- **Numero verde** (servizio consumatori)

- **Le istruzioni per l'uso.**
- **Il luogo di origine e di provenienza.**
- **Il nome del produttore o la ragione sociale, o il marchio depositato,**
- **La sede dello stabilimento di fabbricazione o confezionamento, o di un venditore stabilito dalla CEE.**
- **Il materiale della confezione e i consigli per il suo smaltimento (ad esempio, "PVC", "PET" o "bottiglia riciclabile")**
- **Il codice elettronico a barre, unico per l'identificazione automatica dei prodotti di consumo e per la lettura dei prezzi con lettori ottici**
- **Peso o i differenti pesi, se il prodotto è immerso in soluzione (es. peso netto complessivo 200g, peso netto sgocciolato 150g)**
- **L'autorizzazione ministeriale, nel caso vi sia un concorso a premi collegato al prodotto**
- **Lotto o partita (raggruppa un insieme di unità di un prodotto)**
- **Eventuali trattamenti con radiazioni**
- **Prezzo unitario (€/kg o €/l)**

- **Come si attua la protezione dei prodotti e logo comunitario**
- **DOP: Denominazione d'Origine Protetta**, individua un prodotto agricolo o alimentare originario di una regione o luogo determinato in cui le qualità intrinseche sono essenzialmente dovute al territorio, cioè l'ambiente geografico di partenza. Tutta la catena produttiva, produzione , trasformazione ed elaborazione del prodotto deve essere svolta nella zona di produzione e deve essere di tipo tradizionale.
- **IGP: Indicazione Geografica Protetta**, designa produzioni più ampie e meno specializzate
- **STG : Specialità Tradizionale Garantita**: non fa riferimento a un' origine ma mette in evidenza la composizione tradizionale del prodotto o un metodo di produzione tradizionale
- **DOC: Denominazione di origine Controllata**
- **DOCG Denominazione di origine Controllata Garantita**
- **VQPRD: Vino di Qualità Prodotto in Regione Determinata.**
- **IGT : Indicazione Geografica Tipica**

- **Che cos'è il marchio di garanzia AIAB**
- 
- Garanzia AIAB è un marchio collettivo dei soci AIAB, su base volontaria, che viene apposto su prodotti che hanno requisiti più restrittivi della regolamentazione comunitaria obbligatoria ( Reg. CEE 2092/91).
- Per esempio:
- l'azienda garanzia AIAB deve essere tutta condotta con metodo biologico (non è ammessa l'azienda mista)
- l'azienda garanzia AIAB deve aver terminato il periodo di conversione
- l'azienda zootecnica garanzia AIAB deve alimentare il bestiame solo con alimenti biologici (non sono ammesse le deroghe del Reg. CEE 2092/91)
- l'azienda garanzia AIAB deve lavorare solo materie prime ottenute in Italia
- l'azienda garanzia AIAB si impegna a prevenire, evitare e ridurre ogni forma di inquinamento e a favorire l'impiego di risorse ed energie rinnovabili



- **FILIERA CORTA**
- ( circuito breve di commercializzazione)

- **OBIETTIVI**

- L'obiettivo principale è di creare una sinergia tra produttore e consumatore al fine di fare aumentare il consumo di alimenti biologici certificati che siano presenti sul mercato con livelli di prezzo il meno distante possibile dal prezzo dei prodotti. Da questo scaturiscono gli obiettivi specifici seguenti:
- fornire ai produttori e consumatori un supporto per accorciare la filiera d'acquisto, riducendone i passaggi intermedi con conseguente riduzione del prezzo finale
- Garantire al consumatore un miglior conoscenza delle qualità intrinseche del prodotto biologico e di chi lo produce.
- Offrire al produttore locale nuove opportunità di vendita diretta di prodotti locali
- Garantire al produttore una remunerazione più equa
- Facilitare e incentivare la creazione di gruppi d'acquisto
- Privilegiare il consumo e l'acquisto dei prodotti locali ( questo crea valore aggiunto sul territorio oltre ad incentivare la biodiversità delle produzioni.

- **Tipologie di filiera corta**
- Vendita diretta
- Mercatini
- Gruppi d'acquisto
- Cooperative di consumo
- Prodotti on line

- **Vendita diretta**
- È la forma classica di filiera corta. Il produttore apre in genere nella stessa azienda uno spazio per la vendita dei prodotti propri ( in priorità, dal decreto DLg 228/2001).
- La vendita diretta entro la propria azienda o al di fuori è soggetta alle normative sanitarie e fiscali delle normali attività commerciali.
- ***I pregi***
- Il consumatore parla direttamente con il produttore.
- Il consumatore conosce l'azienda e il modo di coltivazione se si tratta di vendita in azienda
- Il produttore riesce a valorizzare la stagionalità delle proprie produzioni.
- ***Svantaggi***
- Non può essere generalizzato
- Non tutti i consumatori possono fare gli acquisti nelle aziende.
- Alcune aziende non sono in località “appetibili” o facilmente raggiungibili da parte dei consumatori.
- Non tutti i produttori sono in grado di fare sia produzione che vendita con la stessa efficacia

- **Mercatini**

- Sono mercatini di produttori biologici, gestiti a volte dai commercianti e organizzate periodicamente ( per settimane o per mese).

- I vantaggi sono che se ne trovano molto più vicini al consumatore.

- Gli svantaggi, sono la frequenza della disponibilità dei prodotti.

- **Gruppi d'acquisto**

- Sono quelle organizzazioni di consumatori, solitamente informali che liberamente e spontaneamente decidono di riunirsi e acquistare i prodotti biologici direttamente da produttori o gruppi di produttori organizzati con piccole e medie piattaforme beneficiando di un taglio importante sul prezzo finale. Gli aspetti etici e sociali sono sempre in primo piano e attentamente valutati dalle organizzazioni dei consumatori come ad esempio la tutela e la salvaguardia ambientale, la valorizzazione delle culture e colture tradizionali, la valorizzazione delle aree di produzione, lo stretto legame prodotto/territorio, il rispetto delle condizioni di lavoro.

- ***Funzionamento di un gruppo d'acquisto***
- I partecipanti ad un gruppo definiscono in primo luogo una lista di prodotti su cui intendono eseguire gli acquisti collettivi, in conformità a questa lista le diverse famiglie o persone compilano un ordine che verrà poi trasmesso ad un capo gruppo o coordinatore il quale, trasmetterà a sua volta l'ordine o al singolo produttore o all'organizzazione di produttori (piattaforma). Nella fase successiva il produttore e/o l'organizzazione dei produttori renderà disponibile le merci per consegnarle direttamente al capo-gruppo che smisterà alle singole persone o direttamente alle famiglie.
- ***GAS (gruppo d'Acquisto Solidale)***, sono gruppi d'acquisto che hanno assunto come prioritaria la sensibilizzazione del consumatore alle problematiche dello sviluppo sostenibile e all'educazione al consumo critico.
- Esiste in Italia una rete di collegamento tra i GAS che ha lo scopo di facilitare lo scambio d'informazioni ed esperienze tra i gruppi e di diffondere la pratica dei gruppi d'acquisto. Alla rete partecipano sia i gruppi che le singole persone.
- Il punto di forza del gruppo d'acquisto è l'impegno volontario che si esercita sia nelle prenotazioni negli ordini, che nelle consegne.

- **Le Cooperative di consumo**

- Sono le cooperative costituite tra soci consumatori, che si propongono di fornire ai soci medesimi generi di consumo (quali alimentari, casalinghi, ecc.).
- Il prezzo più conveniente che queste cooperative praticano è reso possibile dall'eliminazione dell'intermediazione.
- Il fine ultimo delle cooperative non è la realizzazione del lucro economico e il riparto degli utili d'esercizio bensì lo scopo mutualistico che consiste nell'assicurare ai soci il miglioramento della produttività razionalizzando le strutture, eliminando le diseconomie e mettendo in comune alcuni servizi e singole fasi del ciclo d'impresa.
- La società cooperativa si costituisce con atto pubblico (redatto da un notaio) depositato presso la cancelleria del tribunale; presso il Registro delle Imprese della Camera di Commercio.
- La cooperativa di consumo si rende necessaria quando la base dei consumatori si allarga.
- La cooperativa di consumo funziona meglio se alla base esistono piccoli gruppi che fanno gli ordini e permettono di effettuare consegne cumulative.
- La cooperativa di consumo è più professionalizzata e opera un mixing tra lavoro volontario e lavoro retribuito. È un'occasione di lavoro etico e responsabile.
- La cooperativa di consumo può associare nella stessa struttura sia consumatori che produttori in modo da realizzare meglio quella sinergia e collaborazione tra consumatore e produttore.

- **Prodotti on line.**
- I produttori vendono direttamente i propri prodotti attraverso il web. Questi produttori si organizzano e predispongono collettivamente un catalogo collettivo delle loro produzioni. L'acquisto diretto a volte è accompagnato dalla possibilità di consegna a domicilio. La scelta del consumatore in questo caso avviene con molta consapevolezza oltre che con molta praticità.
- AIAB Sardegna tel. 07022125
- [www. Biopertutti.info](http://www.Biopertutti.info)
- Cooperativa S'atra Sardigna ([gruppodacquisto@tiscali.it](mailto:gruppodacquisto@tiscali.it) o via fax allo 07022430) )

## **Principali pregi della filiera corta per produttori e consumatori**

- Rapporto diretto tra produttore e consumatore;
- Prezzi più convenienti per il consumatore;
- Concreta opportunità di risparmiare sugli acquisti di prodotti di qualità.
- Creazione di nuovi canali di vendita per il produttore;
- Minor impatto ambientale grazie al sistema di produzione, alla riduzione dei trasporti e degli imballaggi;
- Prodotti locali e la loro stagionalità vengono privilegiati.

- **Caso particolare di Cagliari: il cassettone bio ( della cooperativa S'Atra Sardigna)**
- Cassettone bio = un cartone con 7 kg di verdura ( o 8kg durante la stagione estiva)
- Prezzo del cassettone = 12 euro.
- Il cassettone bio può essere consegnato anche a domicilio (però con minimo 4 cassette) al prezzo di 15 euro; oppure può essere ritirato nel punto vendita della Cooperativa, Emporio del Naturale, a Cagliari in Vico Barone Rossi 13, il venerdì
- Composizione del cassettone. Funzione della stagione e dell'elenco disponibile ( almeno tre tipi di frutta e almeno 9 tipi di ortaggi e della scelta dell'acquirente ( possibilità di scartare alcuni prodotti)
- Risparmio con cassettoni bio = . 15 a 20%
- Possibilità di cassette monoprodotti e di cartoni di prodotti confezionati

**Gruppo d'Acquisto prodotti biologici certificati**  
[gruppodacquisto@tiscali.it](mailto:gruppodacquisto@tiscali.it)

**Consegna venerdì 9 dicembre 2005**

Socio: \_\_\_\_\_

email \_\_\_\_\_

fax \_\_\_\_\_

Prodotto	confezione tipo	quantita per confez.	prezzo confez.	euro /kg-pz	risp. x confez	ord. conf	importo
pomodori tondi	cassetta	6 kg	10,56	1,76	2,64		0,00
pomodori grappolo	cassetta	6 kg	12,24	2,04	3,06		0,00
arance naveline	cassetta	10 kg	16,72	1,67	4,18		0,00
cavoli capucci	cassetta	5 kg c.a	8,88	1,78	2,22		0,00
cavolo verza	cassetta	4 kg c.a	7,10	1,78	1,78		0,00
patate rosse	cassetta	6 kg c.a	6,48	1,08	1,62		0,00
cavolfiore	cassetta	4 kg c.a	7,10	1,78	1,78		0,00
mele golden*	cassetta	6 kg c.a	13,63	2,27	3,41		0,00
banane**	cassetta	5 kg	13,12	2,62	3,28		0,00
lattuga	cassetta	2 kg	5,52	2,76	1,38		0,00
cipolle	cassetta	6 kg	8,64	1,44	2,16		0,00
carote*	cassetta	5 kg	8,00	1,60	2,00		0,00
cetrioli	cassetta	6 kg	10,56	1,76	2,64		0,00
meloni	cassetta	5 pezzi	3,88	0,78	0,97		0,00
banane**+ carote*+ pom tondo	cassetta	2+2+2 kg c.a	12,72		2,24		0,00
cavoli capp.*+pom.tondo+cetrioli	cassetta	2+2+2 kg c.a	10,54		1,86		0,00
pom.tondo+cipolle*+carote*	cassetta	2+2+2 kg c.a	10,20		1,80		0,00
banane* + mele golden*	cassetta	3 kg + 3 kg c.a	17,08		3,01		0,00
pom grappolo + mele golden*	cassetta	3 kg +3 kg c.a	14,89		2,63		0,00
pom. tondo + lattuga	cassetta	3 kg +1 kg c.a	8,56		1,51		0,00
lattuga + carote*	cassetta	1 kg + 3 kg c.a	7,40		1,31		0,00
cetrioli + carote	cassetta	2 kg + 3 kg c.a	9,50		1,68		0,00
cetrioli + pom tondo	cassetta	3 kg + 3 kg c.a	12,21		2,15		0,00
Uova del Gennargentu	cartone	15 uova	3,98		0,70		0,00
Cannonau DOC	cartone	6 x 0,75 lt	33,76	5,63	5,96		0,00
Vermentino DOC	cartone	6 x 0,75 lt	33,76	5,63	5,96		0,00
Monica DOC	cartone	6 x 0,75 lt	33,76	5,63	5,96		0,00
Moscato DOC	cartone	6 x 0,75 lt.	78,29	13,05	13,82		0,00
Olio extravergine	cartone	4 da 5 lt	132,19	33,05	23,33		0,00
Olio extravergine	cartone	12 x 0,75 lt	66,30	5,53	11,70		0,00
Malloreddus medi	cartone	12 x 500 gr	11,53	0,96	2,03		0,00
Malloreddus norm.	cartone	12 x 500 gr	12,09	1,01	2,13		0,00
polpa di pomodoro*	cartone	12 x 0,5 lt	11,93	0,99	2,11		0,00
pass. di pomodoro*	cartone	12 x 0,5 lt	10,91	0,91	1,93		0,00
Pecorino	forma	2,5 kg c.a	30,83	12,33	5,44		0,00
Latte uht intero**	cartone	12 x 1 lt	17,54	1,46	3,10		0,00
Latte uht parz.scr.**	cartone	12 x 1 lt	17,14	1,43	3,02		0,00
Fettine impanate	vassoio	2 kg. c.a	31,61	15,80	3,51		0,00
Costole bovino	vassoio	2 kg. c.a	19,26	9,63	2,14		0,00
Spezzatino bovino	vassoio	2 kg. c.a	21,85	10,93	2,43		0,00
Hamburger bovino	vassoio	12 pz.-c.a 1,5 kg	15,53	10,35	1,73		0,00
Hamburger bovino con carote	vassoio	12 pz.-c.a 1,5 kg	15,53	10,35	1,73		0,00
Macinato bovino	vassoio	1,5 kg. c.a	15,53	10,35	1,73		0,00
<b>Importo Totale dell'Ordine</b>							<b>0,00</b>

\*\*provenienza estera

\* provenienza Italia

nota bene: l'ordine deve pervenire entro le ore 13:00 di mercoledì 7 Dicembre a [gruppodacquisto@tiscali.it](mailto:gruppodacquisto@tiscali.it) o per fax allo 07022430 o direttamente nei negozi in Via S.Benedetto 2d o Vico 1° Barone Rossi 13