



Cuneo, 23 ottobre 2015

AGROALIMENTARE E TERRITORIO

Sintesi dei tavoli di lavoro



Tavolo 1 - Ricerca e innovazione: quali strade per l'implementazione nelle imprese?

Partecipanti:

Paolo Cavallo (libero professionista); Giovanni Minuto (Centro di sperimentazione e assistenza tecnica); Fulvio Molinengo (Ager); Amedeo Reyneri (Università di Torino, DISAFA); Silvio Pellegrino (Fondazione per la ricerca e lo sviluppo tecnologico dell'agricoltura piemontese); Giorgio Sapino (Asl Cn 1); Alberto Turletti (Regione Piemonte); Dario Vallauri (Tecnogrande); Ivo Zoccarato (Università di Torino, DISAFA); Paolo Allemano (Cons. Regionale - Regione Piemonte).

Sintesi:

Il tavolo di lavoro ha ritenuto di indicare i seguenti percorsi per favorire la ricerca, l'innovazione e la loro implementazione nelle aziende:

Favorire l'innovazione attraverso la **territorialità**, con l'identificazione e la comunicazione del legame di un prodotto con il territorio di origine.

Favorire e diffondere le buone pratiche agronomiche, ma nello stesso tempo anche le **buone pratiche amministrative**. Attualmente, infatti, gli adempimenti burocratici e amministrativi appaiono come un deterrente allo sviluppo diretto della ricerca e dell'innovazione nelle PMI.

Perseguire una **visione di filiera**, che consenta di innovare a livello di produzione primaria, ma anche e soprattutto di **trasformazione**. Per alcuni settori e prodotti derivati, come quello dell'ortofrutta, potrebbe favorire la redditività delle PMI e svilupparsi anche in un'ottica di agricoltura sociale.

Favorire la **differenziazione commerciale**, in relazione alle esigenze e alle richieste del consumatore (locale, nazionale, internazionale) ed implementare la **shelf life** dei prodotti.

Favorire le pratiche a **basso impatto ambientale**, anche attraverso la ricerca di cultivar caratterizzate da maggior resistenza ai patogeni.

Migliorare la capacità di **disseminazione dei risultati** della ricerca verso le PMI ed i produttori, anche attraverso un approccio **open source** e **storytelling**, sviluppando il principio della **coopetition** quale risultato di una contemporanea cooperazione e competizione tra aziende dello stesso comparto, in grado di lavorare in sinergia su obiettivi condivisi.

La discussione ha inoltre evidenziato anche gli attuali **limiti** della **ricerca**: i **costi**, la **tendenza a concentrare** gli scarsi investimenti pubblici **su pochi progetti** e una **declinazione di obiettivi** non sempre rispondenti ai fabbisogni di innovazione delle PMI.

In conclusione si ritiene auspicabile favorire l'incontro tra domanda delle imprese e capacità di soddisfare i fabbisogni da parte degli enti di ricerca, attraverso la creazione di tavoli di confronto. La costituzione di una **rete di scambio** e di informazione tra i diversi attori delle filiere agroalimentari locali permetterebbe, infatti, di **anticipare l'analisi** delle possibili difficoltà, piuttosto che dover intervenire in condizioni di "emergenza".

Tavolo 1 BIS - Ricerca e innovazione: quali strade per l'implementazione nelle imprese?

Partecipanti:

Cinzia Barbieri (Università di Torino, DISAFA); Emilia Brezzo (AgenForm) Piero Cordola (Regione Piemonte); Edoardo Fontanella (Laboratorio Camera di Commercio di Torino); Giorgio Diquattro (Tecnogrande); Paolo Gay (Università di Torino, DISAFA); Massimo Morando (Quadro srl); Cristiana Peano (Università di Torino, DISAFA); Domenico Paschetta (Alleanza Cooperative Piemonte); Sergio Peirone (giornalista).

Sintesi:

Il gruppo di lavoro si è confrontato sulla **divulgazione** della **ricerca**, cercando di dare risposte sul modo migliore di farla conoscere e di promuoverla, a favore delle tante piccole e medie aziende di produzione e di trasformazione del settore agroalimentare presenti in provincia di Cuneo.

Il dibattito, estremamente interessante e ricco di spunti di riflessione, ha messo in luce come l'agroalimentare sia il settore che ha innovato di più in questi anni rispetto ad altri comparti. Tuttavia spesso le **piccole imprese** riscontrano **difficoltà** nel **reperimento** delle **informazioni** necessarie per accedere ai percorsi che favoriscono i progetti di innovazione.

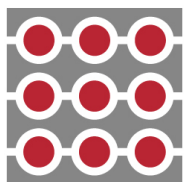
I professori universitari hanno riconosciuto i loro limiti nel divulgare la ricerca, soprattutto nei confronti delle aziende di minori dimensioni che, da sole, non hanno i mezzi per affrontare l'innovazione. Sovente però sono anche gli imprenditori che si ricordano delle indagini e degli studi solo quando ne hanno bisogno.

Dalle osservazioni emerge l'esigenza, da parte di tutti gli attori interessati all'agroalimentare, di sedersi attorno a un tavolo, con l'obiettivo di aprire un **dialogo continuo** e cercare le migliori strade per rendere attuabile una necessaria collaborazione. L'obiettivo è individuare **progetti di medio e lungo termine** anziché interventi "a spot", che lasciano sul campo, quasi sempre, poco di concreto. Un'esperienza rilevante sul territorio, nell'ottica di una prospettiva di lungo periodo, è quella della Società Cooperativa Agrifrutta di Peveragno e Saluzzo, che cura il percorso del prodotto dal campo alla tavola del consumatore.

Sull'aspetto **divulgazione**, il rappresentante della Regione ha precisato che il settore di sua competenza ha trasmesso la richiesta di mail a 50.000 aziende per inviare loro una newsletter informativa. Hanno risposto in 4.000. Emerge quindi che le aziende piccole, che fanno comunque più fatica e avrebbero maggiore bisogno di aiuto, spesso non ricercano le notizie utilizzando i canali ufficiali. La risposta suggerita dal tavolo è la collaborazione tra le imprese, che devono mettersi insieme, inserite in un progetto di filiera, cambiando la **mentalità culturale** del loro lavoro e utilizzando la ricerca come strumento di innovazione. Su questo aspetto è stato evidenziato che, molte volte, gli imprenditori mirano innanzitutto ad ottenere i finanziamenti pubblici per portare avanti i loro interventi. Però, seppure questi ultimi siano indispensabili, dovrebbero essere prima le aziende a mettersi in gioco e a rendere disponibili le risorse per gli investimenti.

L'innovazione, poi, non dovrebbe riguardare solo il modo di produrre e di commercializzare, ma anche l'**organizzazione di un'impresa**: il personale; la gestione economica; l'ottimizzazione delle risorse.

Da parte di tutti è stata segnalata la lungaggine e la pesantezza degli **iter burocratici** per ottenere i **finanziamenti pubblici**. In particolare, il direttore di Tecnogrande ha evidenziato le differenti strade che devono imboccare le aziende produttrici e quelle di trasformazione per accedere ai fondi. Il rischio è di tagliare fuori una parte di filiera: occorre individuare un percorso unico.



AgenForm

Il rappresentante della Regione ha sottolineato che, con l'avvio del nuovo Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 di fondi europei, si dovrebbe arrivare a un'informatizzazione delle domande capace di accelerare i tempi.

Infine il gruppo di lavoro ha affrontato il tema del **consumatore** che, spesso, non percepisce quanto la qualità dei prodotti sia frutto dell'innovazione. Possibili soluzioni? Il tavolo ha suggerito maggiore attenzione all'**etichettatura**, anche se un produttore che vende **qualità** dovrebbe già trovare le modalità per **comunicarla** sulla confezione e non perché qualcuno glielo impone.



Tavolo 2 - L'agroalimentare in un mercato globale: marketing del territorio nel sistema dei marchi, delle denominazioni e delle certificazioni. Quando sono utili e quando diventano una giungla?

Partecipanti:

Mario Abrate (Piemonte Latte); Marta Benedetto (AgenForm); Antonio Borra (esperto di proprietà intellettuale, imprenditore); Paolo Cumino (Regione Piemonte); Luisa Galfrè (Galfrè Antipasti d'Italia); Domenica Lauro, Pierantonio Sapino (Supermercati Presto Fresco); Paola Oreglia (AgenForm).

Sintesi:

Al tavolo di lavoro hanno partecipato rappresentanti delle istituzioni, delle organizzazioni di categoria, aziende, enti di formazione, imprenditori agricoli e rappresentanti della distribuzione.

La discussione è iniziata dalla **pluralità di certificazioni** esistenti nel mondo agroalimentare: quelle regolamentate a **livello europeo** (Dop; Igp; Doc; Docg, etc), le denominazioni legate alle identità di **specifici territori** (PAT e Panieri), fino ai riconoscimenti che hanno un valore da ricondurre all'ambito comunicativo e giornalistico (De.c.o).

Il tavolo ha analizzato le differenze in ambito di tutela della certificazioni, in relazione **all'ambito nazionale ed europeo** (dove esiste un sistema di controllo e garanzia) e **all'ambito extraeuropeo**, dove i marchi trovano difficoltà di tutela. La circolazione consistente di prodotti Italian sounding ne è una spia.

Nel mondo agroalimentare si è distinto il settore del vino, caratterizzato da una produzione in gran parte coperta da certificazioni, da quella dei settori del latte, della carne e dell'ortofrutta, dove le produzioni certificate rappresentano soltanto una quota.

Il quadro emerso dal confronto illustra una strategia di **commercializzazione** vincente che tenga conto delle **sinergie** possibili tra le produzioni agroalimentari, la **tracciabilità** e le specificità del made in Italy, inteso come insieme di **valori gastronomici e culturali**.

L'Italia è oggi riconosciuta all'estero non solo per la buona tavola, ma anche per le relazioni e i contenuti culturali che nascono e ruotano intorno al cibo, visto anche come momento di scambio e comunicazione. Questi **elementi simbolici**, uniti all'**effetto traino** dei prodotti più riconosciuti quali i vini, può rappresentare una modalità per promuovere i prodotti certificati in un quadro internazionale.

Dal punto di vista della **distribuzione**, il tavolo ha analizzato quindi la **pluralità di mercati** esistenti: locale, nazionale e internazionale, rilevando come esistono prodotti che non possono superare la distribuzione locale, se non in casi eccezionali, per questioni di deperibilità.

Alcune possibili strategie di commercializzazione possono essere migliorate da un **lavoro di rete** fatto dai **produttori**, per consentire la fornitura di un prodotto standardizzato e in quantità sufficienti a garantire una presenza nei canali della grande distribuzione.

Un'ulteriore sinergia viene inoltre individuata tra le piccole produzioni destinate al locale (come i prodotti di alpeggio) e le produzioni certificate destinate all'export, che possono entrambe trarre vantaggi da un sistema agroalimentare che mette al centro la **tracciabilità**, la **qualità** e la comunicazione degli **elementi culturali** associati al territorio.

Tavolo 3 - Strategie politiche per l'agroalimentare: come costruire un piano territoriale?

Partecipanti:

Giancarlo Arneodo (AgenForm); Giacomo Ballari (Fondazione per la ricerca e lo sviluppo tecnologico dell'agricoltura piemontese); Paolo Balocco (Provincia di Cuneo); Federico Borgna (Sindaco Comune di Cuneo – Presidente Provincia di Cuneo); Franco Chittolina (La Guida); Claudio Conterno (Azienda Agricola Conterno Fantino); Luca Gosso (Regione Piemonte); Martino Grindatto (Fondazione CRS Savigliano); Giulia Manassero (Fondazione CRC); Teresina Mancuso (Università di Torino, DISAFA); Alessandro Spedale (Assessore Comune di Cuneo); Mino Taricco (Camera dei Deputati); Franco Biraghi (Presidente Unione Industriali Cuneo).

Sintesi:

Il tavolo di lavoro si è posto l'obiettivo di un confronto sui **nodi attuali** dell'agroalimentare, in vista di **elaborare future strategie** per un settore di grande importanza per il nostro territorio.

Il confronto è stato vivace e plurale: molte e diverse le voci, come molte sono le dimensioni di un settore complesso che dovrebbe declinare insieme i temi della produzione, della trasformazione e della distribuzione. L'aver privilegiato soprattutto il **tema della produzione** e, in misura minore, quello della **distribuzione** spiega, almeno in parte, la distanza che ancora separa questo pur utile confronto dall'elaborazione di una strategia in materia.

Molta parte del dialogo si è concentrata sulla produzione – e in parte sulla distribuzione – nel settore lattiero-caseario e in quello vitivinicolo, senza tuttavia dimenticare la necessità di rafforzare la ricerca e di rivedere la formazione per consentire un incontro tra domanda e offerta di lavoro, tenuto conto anche della rapida evoluzione del settore.

È stata inoltre attirata l'attenzione sulla **riduzione delle imprese nel settore agricolo**, oggi poco più di 20.000 in provincia di Cuneo e le limitate prospettive di una ripresa dell'azienda familiare (poco più di 6.000) da parte dei giovani. Se a questo si aggiungono le limitate dimensioni di tali imprese, si capisce meglio la "tentazione" di privilegiare nicchie di produzione, ma anche l'esigenza di rafforzare l'**impegno sulla qualità** e sulle **specificità territoriale**, perché è più facile vendere i prodotti della terra insieme alla loro storia, avvalendosi dell'immaginario che portano con sé.

Da un punto di vista territoriale, l'orizzonte non ha superato i confini della provincia, nonostante qualche richiamo alla **prospettiva europea e mondiale**, per un settore che molto conta e dovrà contare sull'export. Nessun riferimento è emerso sulle ricadute che potrebbe avere l'agroalimentare dall'esito del negoziato UE-USA in corso e sul trattato transatlantico di libero scambio (TTIP), un tema sul quale si è auspicato di tornare.

In conclusione: un utile "**work in progress**", che ha avuto un buon avvio e che dovrà maturare ulteriormente fino a delineare elementi di strategia, con uno sguardo sulla lunga durata e su un orizzonte più ampio di quello locale.

Tavolo 4 - Montagna e specificità agroalimentari: come creare opportunità di reddito per uno sviluppo sostenibile?

Partecipanti:

Giorgetto Amedeo (Azienda La Meiro Soc. Agr); Luca Battaglini (Università di Torino, DISAFA); Walid Bouchnaf (studente); Filippo Brun (Università di Torino, DISAFA); Francesco Doglio (La Stampa); Maria Gabriella Mellano (Università di Torino, DISAFA); Michelangelo Pellegrino (Coldiretti); Mario Perosino (Regione Piemonte); Esther Salvi (studente); Renzo Romano (Caseificio Val Varaita); Guido Tallone (AgenForm); Alberto Valmaggia (Assessore Montagna Regione Piemonte).

Sintesi:

Il tavolo si è concentrato sulle **dinamiche “trasversali”** ai temi della montagna, senza affrontare direttamente le “tipologie” di prodotto agroalimentare.

La domanda guida non è stata considerata esaustiva, perché quando si parla di montagna è difficile disgiungere l’agroalimentare dal turismo, dagli aspetti sociali, dai trasporti e dall’impatto ambientale. La domanda andrebbe quindi posta ponendo al centro della discussione lo **sviluppo integrato**.

La produzione agricola e agroalimentare in montagna ha costi di produzione più elevati. Occorre quindi migliorare la “**valorizzazione**” e la “**comunicazione**” nei confronti dei consumatori, per mettere in luce le specificità alimentari, culturali e sociali, sviluppando nuove iniziative di turismo enogastronomico. L’uso di marchi, come “Prodotto di Montagna”, non ha dato al momento grandi risultati. Occorre pertanto una riflessione per valutare azioni di rinforzo o iniziative integrative.

A livello di valorizzazione è senz’altro da potenziare il ruolo di coordinamento delle istituzioni pubbliche, che devono avere come obiettivo, tra gli altri, quello di migliorare le **forme associative** tra i produttori, per una commercializzazione più efficiente, anche in città (la montagna in città e la città in montagna).

Un ruolo importante per lo sviluppo integrato è affidato alle politiche a sostegno dei giovani che scelgono di lavorare in montagna, supportando la **formazione tecnica** e un **approccio orientato alle nuove tecnologie** di produzione, alla **vendita** e soprattutto alle formule di **collaborazione** e sinergia tra gli operatori.

Il tema della “frammentazione fondiaria” tocca da vicino la montagna ed è un fattore di rallentamento dello sviluppo. A questo proposito si stanno avviando alcune forme di “associazione fondiaria” che possono essere di aiuto.

Tra gli altri punti discussi dal gruppo di lavoro, il miglioramento della **capacità produttiva di latte in alpeggio**. Dove vi è produzione di latte si instaura, infatti, una benefica rete economica, come dimostrano altri territori di montagna italiani e francesi.

Il tavolo individua infine, come motore di sviluppo integrato, il **collegamento tra ristorazione e produzione agroalimentare**. Talvolta, paradossalmente, le attività ristorative di montagna sono poco propense ad impiegare e promuovere le produzioni del territorio. Sinergia e collaborazioni tra queste attività rappresentano quindi un’ipotesi di lavoro da promuovere ed esplorare.

Tavolo 5 - Il ruolo della formazione nell'agroalimentare: quali necessità per lo sviluppo del comparto?

Partecipanti:

Francesco Agli (Scuola Malva Arnaldi); Fabrizio Berta (Fondazione ITS Agroalimentare Piemonte); Ermanno Bressy (Agenform); Osvaldo Bellino (giornalista); Michelangelo Bruno (Settore Formazione e Istruzione Provincia di Cuneo); Ezio Elia (Settore Formazione Professionale e Istruzione Provincia di Cuneo); Maurizio Galfré (Galfré Antipasti d'Italia Srl); Vincenzo Gerbi (Università di Torino, DISAFA); Alberto Gianolio (SOGES SPA); Claudio Dutto (Dirigente IIS Virginio Donadio); Valentina La Placa (AgenForm).

Sintesi:

Il tavolo di lavoro si è aperto con una riflessione dei partecipanti sull'evoluzione dell'**immagine** e del **ruolo** della formazione professionale nell'ultimo ventennio e di come sia arrivata ad essere riconosciuta - in molti casi - **eccellenza** per il proprio compito di trasmissione e trasferimento delle **conoscenze** e delle **competenze**.

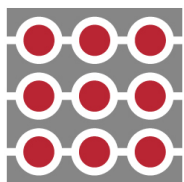
Altra riflessione è stata quella sull'**aumento** del numero di **iscrizioni** agli istituti alberghieri: che sia dovuto o meno all'influsso dei media, sta di fatto che su un totale di 537 mila iscrizioni censite dal Miur per l'anno scolastico in corso, per la prima volta il numero di iscrizioni all'alberghiero (48 mila) ha superato (anzi doppiato) quello degli istituti tecnici (20 mila), collocando gli Ipsar, Istituti professionali servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera, al secondo posto dopo lo scientifico, la scuola superstar con 126 mila iscritti. Risulta pertanto necessario distinguere le nuove professionalità dai falsi miti. Il cuoco, ad esempio, avrà maggiori opportunità di lavoro, quanto più riuscirà a svolgere un ruolo attivo nell'ambito del rapporto tra alimentazione e salute (prevenzione delle malattie come diabete e obesità,...). Bisogna, quindi, sapere anticipare e assecondare le nuove esigenze della società, armonizzando "l'ozio e il negozio", cioè la scuola con l'esperienza pratica.

I rappresentanti del mondo delle imprese agroalimentari seduti al tavolo hanno ribadito la **centralità** e la necessità di una **formazione** per i propri dipendenti e per i nuovi/futuri inserimenti: diventa fondamentale poter garantire l'aggiornamento tecnico a chi si occupa di agroalimentare e di trasformazione, a maggior ragione per i lavoratori delle PMI del nostro territorio (l'identità del Piemonte è agroalimentare). Altro aspetto interessante emerso sta nel poter dare **riconoscimento** e valore a tutte quelle competenze acquisite nei **contesti di apprendimento** informali e non formali (per esempio i luoghi di lavoro) e di certificarle ai fini di una riqualificazione nel mondo del lavoro e di una maggior spendibilità della propria figura professionale.

Inoltre, è risultato fondamentale prevedere una sorta di "formazione dei consumatori", volta ad aumentare la coscienza collettiva del patrimonio agricolo e agroalimentare.

I partecipanti al tavolo si sono trovati d'accordo sull'idea di creare una **banca dati** fruibile da tutti gli **attori della formazione**, in cui condividere i dati relativi agli stages, ai tirocini e agli inserimenti lavorativi.

Altro tema interessante è quello del destino della formazione professionale: con il ritorno delle competenze e della loro relativa gestione alla Regione, sarà auspicabile mantenere delle "sentinelle" o comunque degli interlocutori a livello provinciale, affinché non si perda la voce del territorio sui fabbisogni formativi locali.



AgenForm

Viene infine individuato come obiettivo la costituzione di un'**Università dei Mestieri**, capace di raccogliere le eccellenze formative del territorio, per un maggiore riconoscimento delle opportunità di realizzazione personale e professionale offerte dal lavoro agricolo e artigianale.

Sessione plenaria - AGROALIMENTARE E TERRITORIO - Strategie e proposte operative.

Sono intervenuti, al momento della sessione plenaria:

L'Assessore all'Agricoltura della Regione Piemonte Giorgio Ferrero, la Senatrice Patrizia Manassero e il Presidente dell'Unione Montana Valle Maira Roberto Colombo.

