



## Progetto integrato per un'agricoltura di qualità al servizio della comunità

### PREMESSA

**Negli ultimi 20-25 anni il comparto turistico ha completamente deviato dal suo naturale sviluppo.**

Vi è stato applicato un criterio di marketing che seguiva la degenerazione del mondo finanziario-industriale.

Da programmazione a medio-lungo termine - unica logica, trattandosi di sviluppi complessivi di un territorio, che attengono al socio-culturale; alla conoscenza delle dinamiche sia dei flussi del mercato sia a quella dei prezzi; ai livelli di "appetibilità" e di relative aspettative; ma anche di infrastrutture (basti pensare alla viabilità); di crescita graduale in termini di ri-appropriazione dell'orgoglio d'appartenenza da parte di tutta la cittadinanza coinvolta; ecc. ecc. - si è passati alla programmazione di "picchi": cioè a crescite rapide, subitane, profondamente incidenti nel breve periodo.

Le conseguenze le stanno pagando proprio quelle località che hanno utilizzato il turismo come fonte primaria e non, come logica vorrebbe, come integrazione all'economia locale.

Il turismo va semplicemente ricondotto alla sua "vocazione": essere complementare allo sviluppo.

Se analizziamo in particolare il settore agro-alimentare diviene evidente quanto sosteniamo.

Una volta il "viaggiatore" o turista incidere in modo significativo nell'assorbimento e relativa promozione dei prodotti locali.

Ogni famiglia, prima di ripartire, acquistava importanti quantità di "tipicità" (parola talmente sfruttata da risultare oggi vuota e fuorviante): quantità.

Il motivo era logico, prima ancora che "suggestivo": in loco i prodotti costavano meno, significativamente meno.

Quindi si univa la praticità al gusto del rapporto diretto con produttori o commercianti con cui si era "convissuto" territorialmente.

Tornati a casa si aveva il piacere di invitare amici a cena per raccontare e "degustare" i luoghi/prodotti: il tam-tam faceva il resto (se si interroga l'AD della Saatchi & Saatchi, la più grande Agenzia Pubblicitaria del mondo, confermerà che il "passa parola" rimane la pubblicità più potente e duratura esistente).

Guardiamo oggi i negozi di "prodotti tipici" nelle principali mete del turismo rurale (Toscana in testa): sembrano gioiellerie; confezioni da gioielleria; quantità da gioielleria; prezzi da gioielleria.

Il risultato è che il passaggio di centinaia di migliaia di turisti incide sulla vendita dei prodotti locali in modo quantitativamente irrisorio (e da alcuni anni anche le decantate DOCG vinicole toscane sono in crisi nera in termini di vendite).

Si è generato intorno al turismo un livello di aspettativa/riscontro economico spropositato, causa o concausa della spirale costante di aumenti di costi/prezzi senza fine avente come risultato lo spostamento dei flussi turistici prima in zone meno "battute" delle stesse regioni, infine in regioni d'Europa meno pretenziose.

La globalizzazione fa il resto: a partire dalle abitudini mentali/spese: un viaggio in luoghi esotici costa spesso meno di uno in contrade "nostrane".

Dare vita ad un circolo virtuoso capace di spezzare quello vizioso impone di ripartire dal principio della complementarità del turismo.

Il turismo diviene vetrina, amplificatore, prolungatore (nel tempo e nello spazio) delle eccellenze/emergenze locali, a partire da quelle agro-alimentari ed artigianali di cui un territorio vive tutto l'anno e non in specifiche stagioni.

Questo, quindi presuppone un lavoro di fondo sulla valorizzazione delle eccellenze/emergenze locali a partire dai ... locali.

Il cosiddetto "consumo consapevole" è la premessa indispensabile, l'assunto che diviene "conditio sine qua non".

Il consumo o meglio, la percezione consapevole delle migliori qualità esistenti conduce al vero obiettivo di un progetto di valorizzazione complessiva di un di un territorio: orgoglio di appartenenza.

Questo genera attenzione, cura, rigore in tutto quanto si fa e, quindi, si porge, si offre al viaggiatore/turista.

La percezione consapevole è il principio di un'altro piccolo-grande risultato: la riappropriazione del proprio valore, delle proprie capacità, dei propri talenti.

Le persone ridivengono soggetti, protagonisti, entrando in simbiosi attiva con il proprio territorio che, quindi, agli occhi dei visitatori/viaggiatori/turisti cessa di essere semplicemente "bello" ma diventa "vivo".

Tutte le analisi svolte negli ultimi decenni hanno confermato che il maggiore tasso di fidelizzazione – sia nel turismo come nel commercio – sono frutto di questa fondamentale simbiosi: il turista si lega sempre meno ai luoghi, sempre più alle persone rappresentative dei luoghi.

Eco che il progetto in qualche modo emblematico di Arcipelago Scec, l'Emporio de Il Sapore del Cuore, diviene la risposta, altrettanto simbiotica, a queste esigenze.

Dare vita, cioè ad un processo complessivo di riappropriazione delle conoscenze dei propri migliori prodotti (agro-alimentari ed artigianali) diviene l'antefatto al legarsi, in modo altrettanto vivo, a quanto si manifesta nel territorio in termini culturali, storici, artistici.

(Apriamo una parentesi esemplificativa: il Palio di Siena richiama persone da tutto il mondo che ogni anno vengono, non semplicemente a vedere la "carriera", la corsa, ma a vivere nella contrada scelta per tutto il periodo di svolgimento della festa. Tutte le indagini svolte convergono su di una spiegazione: la bellezza, indubbiamente notevole, della splendida città medievale, non rappresenta la "molla" scatenante, quanto piuttosto la percezione della veridicità della festa: gli ospiti "sentono" che i senesi vivono questa festa come propria; lo presentano anche attraverso la gelosia estrema che manifestano i contradaioi nei confronti delle proprie "originali" tradizioni.

Quindi è di fascino complessivo che si deve parlare per spiegare i motivi del sempre maggiore successo incontrato da Siena; successo che ha ampliato, negli anni, le visite e la conoscenza della città per tutte le altre, notevoli emergenze di cui è dotata).

Il progetto, infatti, nasce dalla volontà precipua di rimettere al centro le persone capaci di offrire prodotti di qualità.

Nasce dalla cognizione che un processo economico-sociale sostanziato nel tempo debba radicarsi sul territorio sapendo rispondere ad un tempo alla valorizzazione degli aspetti umano/sociali (la solidarietà attiva) ed economico/finanziari (sviluppo consapevole).

Radicamento che quindi deve partire sin dalla formazione (vd. il ruolo di quegli Istituti Professionali specificamente preposti); passando per un monitoraggio sistemico delle eccellenze locali; da severi progetti di organizzazione delle fasi produttive, distributive, trasformative e commerciali.

Il progetto parte da una cosciente pro-vocazione: dimostrare che tutto ciò è ottenibile potendo offrire il massimo livello di qualità dei prodotti a prezzi da Grande Distribuzione: elementi che uniti, sono la reale garanzia di incidere profondamente nelle abitudini nei consumi sia della popolazione locale (riappropriazione) sia dei viaggiatori/turisti.

## IL PROGETTO

La finalità che ci si propone con questo progetto è di:

- portare un prodotto locale di qualità sulle tavole di tutte le famiglie a prezzi da hard discount
- dare ai produttori locali una giusta remunerazione e visibilità per i loro prodotti
- creare una struttura di distribuzione che agevoli i prodotti locali ed i negozi di prossimità

- creare una cultura di solidarietà, integrazione e sviluppo sociale
- fare una corretta informazione alimentare come elemento primario per la salute e la prevenzione delle malattie
- salvaguardare le tradizioni locali e creare posti di lavoro formando imprenditori con una nuova cultura imprenditoriale

La metodologia è quella di lavorare su più piani per ottenere i migliori risultati nel medio termine. Si lavora quindi sia sul piano economico prevedendo modalità nuove di produzione, trasformazione, distribuzione, sia sul piano dello spostamento della domanda interna verso prodotti sempre più connotati da qualità, aiutando questo processo con un'azione culturale, per arrivare anche a lavorare sui flussi turistici mirati alla degustazione dei prodotti agroalimentare di eccellenza.

L'azione congiunta fra amministrazioni locali, scuole, associazioni, ASL e strutture turistico alberghiere del territorio è auspicabile per ottenere risultati veloci e duraturi nel tempo.

## STATO ATTUALE

**Il produttore che si affida al mercato vendendo i suoi prodotti alla GDO quando ci riesce, o ai grossisti, spunta prezzi a volte molto inferiori anche al punto di pareggio, con tempi di pagamento delle fatture molto dilatati nel tempo con inevitabile ricorso al credito e all'anticipazione bancaria, azione questa che oltre ad essere piuttosto onerosa a causa degli interessi passivi, nell'ultimo periodo si sta rivelando anche più difficile a causa delle restrizioni dei parametri di concessione del credito bancario [http://www.ft.com/cms/s/0/f7e77b94-c2e0-11de-8eca-00144feab49a.html?nclick\\_check=1](http://www.ft.com/cms/s/0/f7e77b94-c2e0-11de-8eca-00144feab49a.html?nclick_check=1).**

L'unica alternativa quindi è rivolgersi alla vendita diretta e perseguire la qualità (Farmers Market, Km 0, mercatini de biologico ecc.).

**La difficoltà maggiore quindi è creare il mercato alle produzioni locali di qualità e anche ove si riuscisse in questa impresa, si tratterebbe sempre di una nicchia di mercato formato da consumatori consapevoli e disposti anche a spendere di più, come dimostra il fenomeno del prodotto biologico. Nicchia che però si ridurrà sempre più con l'aumentare della crisi economica e del numero sempre maggiore dei produttori che si rivolgono a questo segmento di mercato.**

Seguendo il paradigma in cui il prezzo finale di un prodotto è dato dai costi di produzione più un giusto guadagno, avremo prezzi molto elevati e quindi soddisferà solo una piccola parte di produttori e di consumatori anche se si avrà una qualità superiore della produzione, oltre naturalmente alla difficoltà a ritagliarsi spazi di vendita sufficienti, con un conseguente dispendio di risorse, economiche ed umane che poi inevitabilmente si riflettono, anch'esse, inevitabilmente, sul prezzo finale.

## PROGETTO

Per affrontare adeguatamente questo difficile periodo e portare i **prodotti di qualità** sulle tavole di **tutte** le famiglie, facendo così **tornare nella norma** (il prodotto di qualità per tutti ad un prezzo accessibile) quello che oggi invece è **l'eccezione** (il prodotto di qualità solo ai ceti più agiati), è necessario inserire dei correttivi.

### CREAZIONE DI MERCATO:

Si deve creare una cultura nuova sul cibo di qualità anche come prevenzione delle malattie, cfr. a questo proposito i lavori del Prof. Franco Berrino dell'Ist. dei Tumori di Milano che collabora con noi in un altro progetto simile a Chieri (To), attraverso il coordinamento con le strutture a questo preposte ASL, Enti Locali, Ospedali ecc. ed una azione specifica sulle mense scolastiche, ospedaliere che devono usare cibi prodotti nel territorio di qualità superiore e con qualità nutrizionali adatte.

Il coinvolgimento nel progetto delle scuole professionali, in particolar modo degli Istituti Agrari e Turistico Alberghieri ma anche quelli specifici per l'artigianato, aiuterà nella formazione di una nuova cultura imprenditoriale ed al rilancio del territorio.

**Lo spostamento della domanda verso la produzione locale di qualità assicura alle imprese una continuità nel tempo e consentire quindi di poter fare una corretta pianificazione aziendale.**

L'uso di una rete regionale di buoni, vedi ad esempio quelli promossi da ArcipelagoSCEC, permetterà di valorizzare al meglio la produzione locale con interazioni importanti con il resto d'Italia per quanto riguarda le eccedenze produttive (vedi appendice). L'uso di uno strumento di scambio da utilizzare insieme all'euro

consentirà anche di contrastare il forte disagio socio economico causato dalla crisi facendo rimanere sul territorio una buona percentuale della ricchezza prodotta.

### **ACCORCIAMENTO DELLE FILIERE**

Concetto tornato prepotentemente alla ribalta dopo gli aumenti, a volte ingiustificati, dei prodotti agroalimentari, con punte che a volte hanno fatto pensare a vere e proprie speculazioni. Anche qui, tutti parlano di filiera corta, ma concretamente è difficile da mettere in pratica (farmers market-chilometri 0 ecc.) anche perché si richiede al produttore di avere risorse per la vendita diretta e strutturare l'azienda in modo a volte sostanzialmente diverso. Altro è creare un sistema distributivo che abbia una connotazione di continuità e che quindi possa avere un impatto importante nel bilancio aziendale e questo è lo scopo che ci prefiggiamo con il presente progetto.

**Il punto nevralgico** su cui intervenire oltre all'accorciamento della filiera produttiva **è lavorare sul plusvalore derivante dalla trasformazione dei prodotti agroalimentari** come ad esempio la filiera del grano che arriva fino alla vendita del pane, quella della carne (allevamento, macellazione, trasformazione e vendita), l'attività casearia ecc.

### **ECONOMIE DI SCALA**

In questo caso è necessario comprendere che il futuro delle piccole aziende sarà sempre più difficile e la collaborazione fra aziende invece il naturale antidoto all'attuale periodo molto complesso. Un lavoro sul campo rileva anche la difficoltà dell'imprenditore a collaborare e per questo è necessario che si affianchi un soggetto terzo che aiuti questa collaborazione nella massima trasparenza e massimizzi i vantaggi riducendo gli inevitabili attriti.

### **SOLUZIONI DISTRIBUTIVE**

L'unione di questi elementi:

- **Creazione di mercato** attraverso lo spostamento della domanda, la creazione di cultura alimentare, il lavoro con le scuole e le mense, lo sviluppo di una nuova cultura imprenditoriale e l'uso di strumenti che aggregino come i buoni della Solidarietà ChE Cammina (ŠCEC)
- **Accorciamento delle filiere e trasformazione dei prodotti**
- **Economie di scala** attraverso la collaborazione tra produttori e la loro adesione a progetti comuni pur mantenendo la propria identità e autonomia aziendale

da vita agli **Empori de "Il sapore del cuore"** e ai punti vendita denominati la **"Bottega dello ŠCEC"**. In questi punti vendita si troverà l'alimentare e tutti i prodotti di aziende locali, artigianali che avranno così una vetrina per le loro produzioni.

Si tratta di strutture neutre di servizio, **meglio se attivate dagli Enti Locali e gestite da cooperative di giovani e comunque sempre coordinate da ArcipelagoŠCEC per mantenere la coerenza alle finalità del progetto.**

**Da precisare che queste strutture non entrano in concorrenza con la piccola distribuzione, ma la integrano svolgendo un ruolo di razionalizzazione e andando a intervenire su fasce di popolazione diverse.**

Queste strutture, una volta pagati i costi di gestione, retrocedono periodicamente ai produttori agricoli il plusvalore derivante dalle trasformazioni dei prodotti che avvengono all'interno degli Empori. Questa azione permetterà di poter offrire ai produttori agricoli che conferiscono i loro prodotti agli Empori un giusto reddito facendoli concentrare sempre più sulla produzione di qualità e permetterà di mantenere i prezzi alle famiglie molto contenuti in linea, se non inferiori, a quelli, non certo della stessa qualità, della GDO.

I **produttori non agricoli**, che sposteranno gli spacci aziendali delle loro produzioni, interverranno negli Empori conferendo la merce in conto vendita, pagando un canone alla struttura per la vendita delle produzioni.

Il lavoro da fare presuppone anche una continua consulenza data alle imprese che sfruttano questa opportunità su quali siano le migliori tecniche di coltivazione e spostino la decisione di coltivare in base alla domanda che arriva dal territorio e dalla rete nazionale che usa i buoni della Solidarietà ChE Cammina.

Negli **Empori del Sapore del Cuore** si attiveranno lavorazioni come la macelleria e la produzione del pane, dolci, pasta, confetture, semilavorati, formaggi, rosticceria, pizzeria oltre alla vendita di prodotti sfusi come olio, vino, latte crudo, caffè, detersivi ecologici ecc.,

nelle **Botteghe dello ŠCEC** di superficie inferiore invece si venderanno solo prodotti locali senza trasformazione o trasformati direttamente dalle aziende o negli Empori del Sapore del Cuore. **Utile prevedere un Emporio che rifornisce più Botteghe dello ŠCEC sul territorio.**

Queste due strutture avranno, oltre alla **vendita diretta**, la **funzione** di:

- **snodo di rete** per la piccola distribuzione locale (rapporto fornitore-commerciante); per la ristorazione e le strutture turistico alberghiere della zona
- **smistamento di ordini interregionali** che arrivano dalle altre parti d'Italia e dall'estero
- **punto distributivo per i Gruppi di Acquisto Solidale** presenti nella zona

## **VENDITA DIRETTA**

All'interno dell'Emporio del Sapore del Cuore troverà posto il nucleo dell'agroalimentare con:

- un **forno a legna** per pane e prodotti da forno (pizza, pasticceria ecc.)
- **ortofrutta rigorosamente di stagione**
- **macelleria** con carni provenienti da piccoli allevamenti di qualità della zona
- **pizzicheria e salumi** anche **piatti semilavorati** o **pronti** da portare via

Il settore avrà anche prodotti trasformati sia direttamente nell'Emporio che nelle aziende che lo riforniscono, **confetture, passate di pomodoro, succhi di frutta, sughi pronti, olive** e altre produzioni locali oltre all'agroalimentare, che è il richiamo e la spina dorsale della struttura, troveranno spazio e visibilità anche le **altre produzioni locali artigianali** con un addetto alla vendita cumulativo. Ovviamente la **Bottega dello ŠCEC non avendo le lavorazioni al suo interno avrà necessità di meno personale per la gestione.**

Nei punti vendita avremo anche prodotti alla spina come detersivi, latte, vino ecc. e **molta cura e attenzione sarà dedicata al rapporto con il cliente per fare informazione** (progetto ArcipelagoŠCEC, corretta alimentazione e proprietà nutritive dei cibi, antiche ricette locali da riscoprire, consigli, informazioni sui metodi di coltivazione ecc.).

## **RIFIUTI 0**

Tutta la merce verrà data sfusa, senza imballaggi, senza pellicola e polistirolo; ove sia necessario un imballaggio per la conservazione, ad esempio le conserve, confetture ed i succhi di frutta, ecc. saranno adottati contenitori di vetro e verrà richiesto un deposito cauzionale che sarà restituito alla riconsegna del vuoto. Per il vino, il latte ed i detersivi si useranno contenitori portati da casa dal cliente o forniti direttamente dal punto vendita, salvo, anche in questo caso, un deposito cauzionale. Un omaggio o un piccolo sconto per chi porta da casa il sacchetto per riporre la spesa, in ogni punto vendita comunque ci saranno in vendita borse di tela o di carta riciclata.

In tutti i punti vendita ci saranno delle compostiere per i rifiuti organici derivanti dall'attività e il compost verrà messo in vendita per il piccolo giardinaggio.

Per quanto riguarda i punti di ristoro (vedi sotto) verranno usati il più possibile contenitori non usa e getta

**Per ottimizzare al meglio queste pratiche sarebbe opportuno avviare nei comuni interessati la raccolta differenziata, magari predisponendo una raccolta porta a porta che come dimostra il Comune di Capannori, con il quale collaboriamo e che è disponibile a collaborare, si può arrivare a percentuali dell'85%. Se poi i comuni interessati si consorziassero per mettere sul territorio impianti di riciclo, si può arrivare al 99% di rifiuti riciclati.**

## **TRASPORTI**

Quello dei trasporti è un capitolo molto delicato in quanto il Km 0 se non adeguatamente razionalizzato può avere un impatto ambientale e sociale molto elevato addirittura superiore a molti prodotti che arrivano da paesi esteri come dimostrato da numerosi studi del settore dei trasporti. per questo è necessario operare una attenta razionalizzazione dei trasporti locali (entro i 50 km) adottando il PAT (Progetto Autotrasportatori Telematici <http://www.pointcarweb.com/wp-content/pointcar/2008/11/pat.pdf> che ArcipelagoŠCEC attraverso un suo socio fondatore mette a disposizione.

Attraverso l'adozione del PAT si utilizzeranno solo i mezzi adeguati alle condizioni tecniche di carico, che

raggrupperanno le materie prime dai produttori verso i centri di trasformazione/vendita/smistamento degli Empori. Successivamente, razionalizzando le consegne distribuiranno sul territorio i prodotti per le Botteghe dello ŠCEC, piccola distribuzione, ristorazione, mense di fabbriche, scuole, ospedali e alle altre isole per i beni in eccedenza o non reperibili nei loro territori. **Da tenere presente che così si avrà un solo interlocutore invece che tanti fornitori quanti sono le imprese coinvolte, grazie anche alle piattaforme informatiche di ArcipelagoŠCEC con una riduzione di tempo e costi di gestione/amministrazione.**

Gli autotrasportatori interverranno nell'emporio come se fossero dei produttori agricoli, prendendo inizialmente solo i costi vivi del trasporto e partecipando successivamente alle periodiche redistribuzioni del plusvalore derivante dalla trasformazione dei prodotti, ovviamente ognuno in proporzione del loro apporto (vedi sotto Rapporti fra produttori e punto vendita)

In questo modo si permettono risparmi notevoli sia di mezzi, carburante, sia di tempo per le aziende agricole, sia di costi sociali (rifacimento strade, incidenti, impatto ambientale ecc.)che per i TIR ammontano a 0,22 centesimi per chilometro e che normalmente vengono scaricati sulla collettività.

La razionalizzazione dei trasporti prevede anche la consegna della spesa a domicilio del cliente riducendo così anche l'uso dei mezzi privati aiutando anche le fasce deboli della popolazione, anziani, persone diversamente abili ecc. Stessa cosa anche per la consegna di rosticceria/pizze a domicilio negli orari serali. **Per questi piccoli trasporti cittadini si può pensare a utilizzare mezzi elettrici che si alimentano dalla produzione di energia dell'Emporio, gratuiti per le fasce deboli e con un piccolo contributo per gli altri.**

## **ENERGIA**

Ogni Emporio deve avere come obiettivo l'autosufficienza energetica che nel tempo permetterà di abbattere anche i costi dell'energia che per un piccolo supermercato tradizionale di 500 mq si aggirano intorno ai 1.500 euro mensili, con evidenti ritorni che possono andare come redistribuzione alle imprese agricole o come diminuzione di prezzi dei prodotti.

Oltre ad una coibentazione ottimale da realizzare durante l'allestimento, nell'Emporio si potrà adottare un impianto fotovoltaico/eolico o a biomasse alimentato dalle aziende della zona, con il quale rendere autonomo dal punto di vista energetico il punto vendita e alimentare anche il forno a legna. L'eventuale sovrapproduzione di energia potrà essere immessa in rete e venduta alla tariffa di favore prevista in finanziaria 2008 per impianti a biomassa alimentati da filiera corta.

Il recupero delle biomasse, verrà realizzato sempre dagli autocarri, applicando il concetto della Reverse Logistics (Logistica di ritorno); una volta terminato il ciclo di consegne dei prodotti, si individua un fornitore di biomasse (anch'esso partecipante al progetto) in una zona geografica compatibile per poi consegnarle ai produttori e agli empori che le utilizzeranno per il loro fabbisogno energetico; in questo modo gli automezzi circolano sempre adeguatamente carichi.

## **SNODO DI RETE**

L'Emporio de **Il Sapore del Cuore** avrà la funzione di rifornire le **Botteghe dello ŠCEC** sul territorio (i prezzi saranno uguali) e anche i negozi della piccola distribuzione (negozi di prossimità o dei Centri Commerciali Naturali del centro cittadino). In questo ultimo caso il prezzo praticato sarà inferiore di quello offerto al pubblico onde permettere anche al piccolo negozio aderente al circuito di offrire buoni prezzi.

In particolare si potranno rifornire i bar, ristoranti, gli alberghi che avranno interesse a utilizzare i buoni della solidarietà ricevuti dalla propria clientela. Anche in questo caso sarà cura delle strutture di "formare" questi esercizi commerciali a sensibilizzare la loro clientela sul fatto che si stanno usando materie prime del territorio di qualità, magari attraverso la diffusione di un opuscolo preparato allo scopo che informa i clienti sull'intero progetto.

## **SMISTAMENTO ORDINI**

In questo caso l'Emporio de **Il Sapore del Cuore** avrà il compito di soddisfare gli ordini che arriveranno dalle altre parti d'Italia e dall'estero di prodotti che il loro territorio non può offrire. Un modo per gestire le eccedenze produttive.

## **PUNTO DISTRIBUTIVO PER I GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE**

I nostri punti vendita, Emporio de **Il Sapore del Cuore** e Bottega, posso assolvere anche alla funzione di centro di smistamento degli ordini dei GAS presenti sul territorio regionale e nazionale semplificando il loro

lavoro organizzativo e gestionale.

## SUPPORTI INFORMATICI

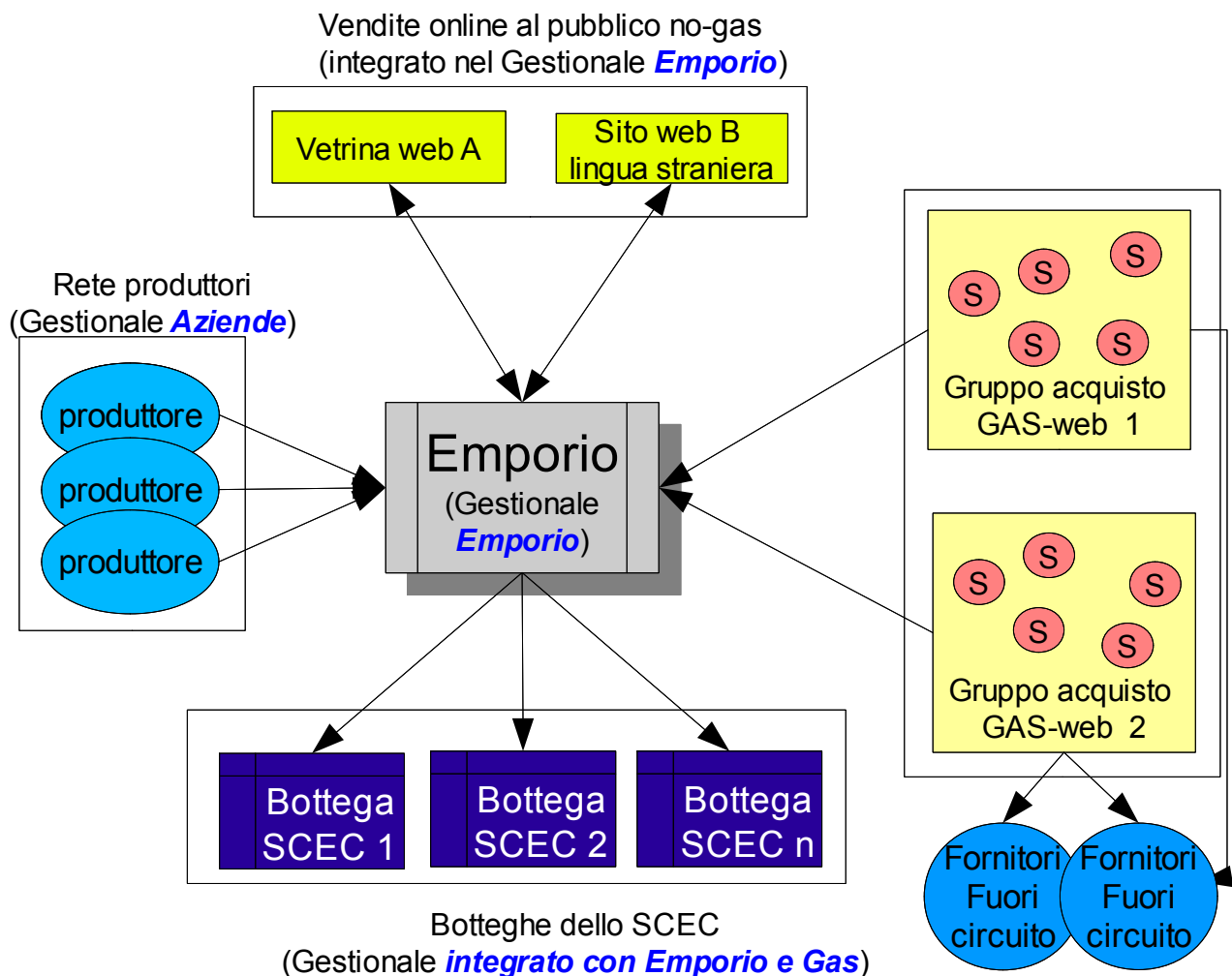
Le aziende coinvolte nel progetto adotteranno le piattaforme informatiche predisposte dai programmatori di ArcipelagoSCEC che consentirà alle imprese e alle strutture, Empori e Botteghe, ma anche la piccola distribuzione interessata, di avere gestionali integrati specificatamente con l'operatività descritta in modo da avere interfacce semplici che svolgono la maggior parte del lavoro contabile alleggerendo così il carico degli imprenditori. Attraverso i codici a barre si potranno avere automaticamente carico e scarico dei magazzini, l'emissione di fatture e lettere di carico oltre alla possibilità per gli empori di emettere scontrini con una normale stampante laser.

Le imprese potranno usufruire anche di una piattaforma di commercio on line in modo molto intuitivo anche per chi non ha dimestichezza con il computer in modo da poter ampliare l'operatività dell'impresa e attivare canali distributivi sia nazionali che internazionali.

I GAS avranno anche software specifici per i gruppi di acquisto che faciliteranno il lavoro.

E' basilare sottolineare che i software che compongono la piattaforma informatica nel suo complesso dialogano tra loro, scambiano documentazione ed hanno interfacce simili, in modo che imprese, GAS, Botteghe dello Scec ed Empori siano in contatto in tempo reale grazie alla struttura basata sul web. I software sono già disponibili ed in usati da diverse aziende.

**Da evidenziare che la ripartizione degli utili derivanti dalla trasformazione dei prodotti e dedotti dai costi di struttura e gestionali, verranno ripartiti fra le imprese fornitrici in base ad un software di ripartizione in modo trasparente e equo che le imprese potranno monitorare dal loro pc.**



## **RAPPORTI FRA I PRODUTTORI E I PUNTI VENDITA**

I produttori agricoli fornitori degli Empori del Sapore del Cuore, gestito da cooperative di giovani e coordinati da ArcipelagoŠCEC, conferiscono la loro merce e sono pagati a fine mese con un prezzo medio di mercato. Periodicamente poi verranno ridistribuiti gli utili derivanti dalla vendita dei prodotti trasformati dedotte le spese gestionali del punto vendita. In questo modo si permette al produttore agricolo di avere un ritorno non solo dalla vendita del prodotto, ma anche dalla vendita del prodotto finito e trasformato. A puro titolo di esempio ricordiamo che 100kg di grano, che producono 100kg di pane, vengono oggi pagati circa 15 euro, mentre i 100 kg di pane vengono venduti da 200 a 300 euro e oltre. Per non parlare dei dolci dove la materia prima incide solo per un 3-5%. Stessa cosa per un piatto pronto o semilavorato, succhi, confetture ecc.

Da specificare che ogni produttore viene considerato alla stregua degli altri senza fare differenza fra le merci conferite. Il plusvalore, oltre il prezzo medio pagato dal mercato, viene redistribuito equamente deducendo solo i costi di gestione.

Uno specifico software farà tutte le operazioni nella massima trasparenza ed equità.

Da specificare che al produttore non si richiede di ristrutturare la sua azienda, ma solo di fare bene il suo lavoro, al resto penserà, per quanto possibile, l'Emporio.

Un capitolo a parte per i produttori non agricoli che esportano la loro produzione, artigianale e non, nei punti vendita. In questo caso possono dirottare nei punti vendita, parte della loro produzione (spacci aziendali) comprese alcune rimanenze di magazzino che possono essere vendute con percentuali di ŠCEC più elevate. La loro merce sarà in conto vendita e pagheranno solo un canone di affitto per la visibilità, lo spazio ed il servizio offerto dai punti vendita.

**Risulta chiaro che le imprese coinvolte nel progetto non dovranno sfruttare il lavoro nero e lo stesso controllo riguardante la qualità del prodotto finale sarà riservato anche alla legittimità dei rapporti di lavoro al loro interno.**

## **CERTIFICAZIONE DEI PRODOTTI**

Tutta la merce agroalimentare venduta all'interno degli Empori del Sapore del Cuore e delle Botteghe dello ŠCEC dovrà avere una analisi periodica sulla salubrità del prodotto e delle sue qualità nutrizionali. **Questo si affiancherà/eviterà certificazioni sulla filiera produttiva concentrando le analisi sulle qualità del prodotto finito.**

Si tratta di una innovazione alla quale si dovrà dare il più ampio risalto con continue campagne informative sul valore nutrizionale degli alimenti portate avanti in accordo con le autorità locali e sanitarie.

In questo periodo in cui l'emergenza inquinamento fa aumentare i timori anche per la catena alimentare, un controllo di questo genere rilancerebbe l'immagine dell'intero territorio attirando così di nuovo anche flussi turistici.

## **PUNTI DI RISTORO**

Poiché il punto focale del progetto è la trasformazione del prodotto è auspicabile che nei punti vendita o vicini ad essi nascano dei **punti di ristoro, chioschi o da ristoranti**, magari stagionali gestiti sempre dalla stessa associazione che gestisce i punti vendita (nel caso delle sperimentazioni in corso con le scuole, ist. Agrari e Turistico Alberghieri, sono coop. di ex alunni).

Nel **punto di ristoro** si potranno trovare piatti freddi, panini e altre piccole cose, tutte rigorosamente locali.

Nel **chiosco**, anche ambulante, si potranno vendere tutte le produzioni con la frutta, succhi, macedonie, angurie, sorbetti e gelati artigianali; da valutare il ripristino dell'antica arte della ristorazione da strada con la riscoperta di antiche tradizioni.

La loro conduzione non richiede una particolare specializzazione mentre hanno un buon ritorno economico.

Da utilizzare in zone turistiche, vicino ad uffici e anche questi possono contribuire al miglioramento della redditività della produzione.

Diverso è il caso del **ristorante**, anche stagionale,

In questo caso va individuato o un locale adatto o una zona all'aperto da poter adibire alla ristorazione con 50/70 coperti. I prezzi molto contenuti anche con l'ausilio dei Buoni della Solidarietà ChE Cammina ŠCEC. Qui è necessaria una professionalità adeguata alla gestione anche se il menù sarà semplice e improntato alla cucina casalinga.

La collaborazione con enti locali e mondo scolastico (in questo caso Istituti Turistico Alberghieri) permetterà la formazione a rotazione di futuri imprenditori che usciranno da questa esperienza con una mentalità imprenditoriale improntata alla collaborazione, alla solidarietà e alla valorizzazione dei prodotti locali.

**Una sorta di laboratorio del gusto locale con un occhio a menù che tengano presente sia alcune esigenze particolari (intolleranze o vegetariani) e si basino su di uno studio sugli alimenti come mezzo di prevenzione delle malattie.**

### **CREAZIONE DI UN MARCHIO**

Il Sapore del Cuore potrebbe diventare un marchio che contraddistingue le attività di questo articolato progetto (vendita-distribuzione-ristoro-trasformazione) eventualmente anche in collaborazione con le altre regioni per interscambi di prodotti e gusti.

### **COINVOLGIMENTO DELLE SCUOLE**

Ai fini della creazione di una nuova cultura imprenditoriale riteniamo sia indispensabile coinvolgere le scuole, in questo caso specifico gli Istituti Agrari e Turistico Alberghieri. Essi potranno gestire attraverso cooperative di ex alunni gli Empori e le strutture descritte in questo progetto insieme a cooperative sociali costituite ad hoc. In pratica si tratta di fare dei master post diploma che contribuisca al miglioramento del livello di professionalità dei futuri imprenditori e faccia rimanere nel territorio il maggior numero di diplomati.

I ristoranti ed i punti di ristoro potranno diventare, in collaborazione con gli istituti, dei veri e propri laboratori del gusto che qualificheranno e valorizzeranno la produzione locale di qualità.

La rotazione degli studenti in corso e quelli già diplomati costituirebbe un bacino di cultura importantissimo per lo sviluppo della ristorazione e della ricezione nell'intera regione. Meglio se la collaborazione si estende anche alle strutture già operanti sul territorio interessato.

### **ALIMENTAZIONE E SALUTE**

questo è un nodo fondamentale dell'intero progetto e dovrà essere curato con particolare attenzione.

Sarebbe interessante operare un monitoraggio sull'uso dei farmaci prima e dopo le attività che verranno svolte per valutare l'impatto di questo lavoro sul territorio.

L'aiuto di professionisti della nutrizione consentirà di fare dei piani mirati per ospedali, mense scolastiche e aziendali e il lavoro con le scuole aumenterà notevolmente l'impatto anche con le famiglie.

Gli stessi Empori e le Botteghe diverranno centri di informazione alimentare e il personale dovrà essere a tal fine preparato.

**Nelle strutture sia di vendita che di ristorazione dovrà essere data particolare cura anche a prodotti per celiaci e menù appositi per vegetariani.**

### **RECUPERO DI ARTIGIANATO E ANTICHI MESTIERI**

All'interno degli Empori del Sapore del Cuore potranno trovare anche spazio, se la struttura lo consente, antichi mestieri, artigiani. Si pensi ad uno spazio per una calzoleria, cestai, falegnami, idraulici, riparazione di elettrodomestici, restauri ecc. tutte attività che stanno scomparendo e che possono favorire l'imprenditoria giovanile, magari organizzata in cooperative di lavoro.

E' possibile pensare all'organizzazione di attività artigianali per soddisfare piccole riparazioni casalinghe a prezzi accessibili a tutti grazie anche all'ausilio degli ŠCEC.

**Interessante sarebbe prevedere, in accordo con gli istituti professionali del legno anche una linea di lavorazione strutture/mobili da giardino/interni in legno a basso costo.**

Una parentesi sulla necessità del recupero di antiche lavorazioni locali che se inserite con azioni imprenditoriali efficaci potrebbero essere riprese con successo prima che scompaiano del tutto.

**Particolare attenzione verrà rivolta al recupero antiche colture (come il grano cappelli, la liquirizia ed a lavorazioni come quella della ginestra) e ad loro sfruttamento in senso imprenditoriale.**

## **INTEGRAZIONE SOCIALE E SVILUPPO DELLA SOLIDARIETA'**

Ove si sia realizzata anche una struttura di ristorazione saranno organizzati periodicamente dei pranzi gratuiti per le persone sole in modo da facilitare la socialità.

In tutte gli Empori e le Botteghe dello ŠCEC si adoterà anche un sistema di consegna a domicilio senza aggravio di costi sia per le persone anziane, disabili, che per le famiglie che lo richiederanno

Poiché i Buoni ŠCEC vengono distribuiti anche agli immigrati si faciliterà la loro integrazione con la comunità locale incoraggiandoli a interagire con la comunità..

## **CONSIDERAZIONI ATTUATIVE**

Come si può vedere le opportunità date da questo progetto permettono di creare molti posti di lavoro e di aiutare le imprese che vi partecipano a migliorare i propri introiti mentre si procede ad un nuovo modo di fare impresa e di ottenere un giusto profitto.

La scelta di affidare la gestione a cooperative di lavoro, anche di ex alunni di istituti professionali coordinati da ArcipelagoŠCEC e di lasciare i produttori come semplici fornitori legati solo da un contratto di fornitura è da ricercarsi nella difficoltà degli imprenditori a unirsi in progetti comuni e dalla necessità di creare una nuova cultura imprenditoriale che parta dalla cooperazione e dal benessere comune per ottenere rapporti in pieno spirito "win-win" dove tutti hanno vantaggi e nessuno viene penalizzato.

**In questo caso i produttori sono totalmente autonomi, liberi e svincolati pur partecipando ad un progetto volto alla dimostrazione che è possibile attuare una nuova modalità di fare impresa, profitto, economia, permettendo una transizione "morbida" ad un nuovo concetto di fare impresa.**

Poiché il progetto del Sapore del Cuore e delle Botteghe dello ŠCEC è un progetto finalizzato al benessere comune, al sostegno dell'occupazione e dell'imprenditoria locale nonché alle fasce deboli della popolazione attraverso il calmieramento dei prezzi, è necessario il coinvolgimento degli Enti Locali che reperiranno nel patrimonio edilizio pubblico esistente un locale che possa essere adibito, con la formula del comodato d'uso a titolo gratuito, ad Emporio, Bottega o a strutture di ristorazione, frequenti sono anche i casi di beni sequestrati alla mafia o edifici industriali dismessi.

Tutti gli allestimenti come banchi, celle frigo, scaffalature, arredamento e macchinari vari saranno reperiti per quanto possibile nel mercato dell'usato rigenerato, floridissimo in questi tempi di crisi. L'arredamento dovrà trasmettere essenzialità, calore e accoglienza al contrario dello squallore dei supermercati, dello sfarzo hollywoodiano dei centri commerciali o della falsità degli outlet.

## **CONCLUSIONI**

Con questo progetto si possono ottenere una molteplicità di obiettivi, dalla creazione di mercato alle merci locali, alla possibilità attraverso il plusvalore derivante dalla trasformazione dei prodotti di poter far rimanere bassi i prezzi alla vendita e poter dare un giusto ricavo al produttore e alle imprese che partecipano al progetto e allo stesso tempo pur facendo rimanere le aziende completamente autonome e libere pur ottenendo i preziosi vantaggi di un lavoro di squadra compresa la creazione di nuovi posti di lavoro e di una nuova cultura imprenditoriale per le vecchie e nuove generazioni.

**Poiché lo spirito è quello di creare benessere per la collettività in pieno spirito win-win gli utili che eccederanno il giusto guadagno delle imprese con loro preventivamente concordato, verranno dirottati alla diminuzione dei prezzi praticati alle famiglie o alla costituzione di un fondo destinato alla realizzazione/miglioramento di strutture di cui tutti beneficeranno.**

## **APPENDICE**

I Buoni della Solidarietà ChE Cammina

Sono dei buoni che permettono di ottenere una riduzione di prezzo all'interno del circuito, regionale e nazionale. Sono quindi una percentuale del prezzo della merce o del servizio che l'azienda che fa parte del circuito decide liberamente all'interno di una % consigliata che va dal 10 al 30%. A propria volta chi entra in possesso di questi buoni SCEC potrà ottenere le stesse riduzioni di prezzo favorendo così fornitori della zona.

Essendo usati inscindibilmente dall'euro permette di ancorare al territorio la ricchezza prodotta e che viene qui reinvestita innescando un circuito virtuoso.

I buoni SCEC vengono dati gratuitamente alla popolazione con criteri di equità e trasparenza e vengono

gestiti tramite software appositamente pensati. In questo modo la famiglia ha un vantaggio economico immediato vedendo aumentato così il suo potere di acquisto.

In pratica viene in questo caso replicata a vantaggio di tutta la comunità interessata quello che la GDO fa per un vantaggio commerciale.

Uno dei vantaggi è di aver creato una rete di aziende e famiglie diffusa in 11 regioni (dal Friuli VG alla Sicilia) permettendo alle imprese aderenti di scambiarsi reciprocamente merci e servizi incrementando quindi sia il commercio che i flussi turistici.