



3.  
LE INIZIATIVE DI NICCHIA

FARE LA SPESA A KM 0:  
**LA FILIERA CORTA**



Con il sistema della filiera corta il rapporto produttori consumatori è molto più stretto le distanze fisiche che separano produttore da consumatore, si accorciano, non essendoci la necessità di intermediari del trasporto, grossisti o mercati generali che poi ridistribuiscono a dettaglianti. Per questo motivo e i clienti possono acquistare senza intermediari prodotti locali direttamente presso le aziende agricole, a un prezzo più conveniente.

I cosiddetti prodotti a "chilometro zero" sono prodotti solitamente nell'arco di 40 km (come specifica la locandina de "I Mercati della Terra") e che quindi non subiscono lunghi trasporti con una conseguente produzione di anidride carbonica danno ambientale da trasporto.

Per filiera corta si intende: il rapporto diretto tra produttori e consumatori, singoli od associati, che preveda la vendita di prodotti agro-alimentari: "Ottenuti da materia prima aziendale, mediante l'esecuzione in azienda, di almeno il 75% dei ruoli". Il rapporto è comunque diretto se la produzione raggiunge il consumo attraverso l'utilizzo massimo di un passaggio commerciale successivo alla produzione.

"Filiera Corta" soggetti e organizzazioni che, singolarmente o di concerto fra loro, consentono la gestione delle forniture dei prodotti agricoli ed agro-alimentari al consumatore finale, anche attraverso la razionalizzazione del sistema delle intermediazioni commerciali.

*L.R. 24 Dicembre 2008, n. 29 Regione Lazio.*

"Filiera che annovera al suo interno solo il numero di passaggi strettamente necessari in un sistema efficiente"

*Dr. Gianni di Falco  
Università Cattolica Sacro Cuore,  
relazione al convegno "Uniamo le energie".  
Torino, 07/10/2009*

"Rapporto diretto tra consumatori e produttori agricoli che operano nell'ambito del territorio regionale, al fine di ridurre il numero degli intermediari commerciali".

*Art. 11  
della legge regionale 23  
maggio 2008,  
n. 12 "Legge finanziaria  
per l'anno 2008",  
Regione Piemonte.*

"Produzioni realizzate da micro e piccole imprese agro-alimentari a conduzione familiare, frutto di coltivazioni biologiche, messe in vendita in un territorio della regione di produzione".

*Camera dei deputati  
proposta di legge per la Filiera Corta  
(4/12/2009)*



◦ IL BIOLOGICO



◦ VENDITA DIRETTA



◦ FARMER'S MARKET



◦ GRUPPI DI ACQUISTO



◦ ORTI URBANI

Motivazioni di chi acquista direttamente in azienda

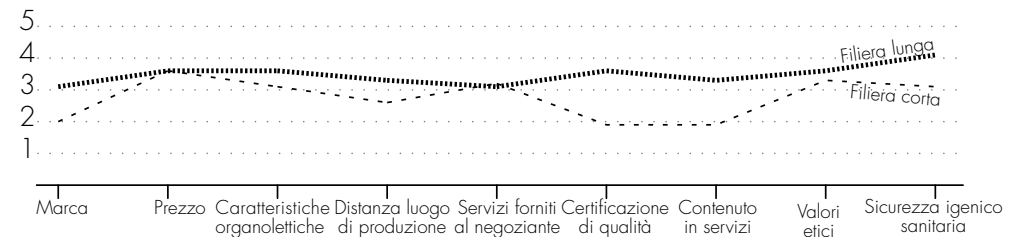


Motivazioni di chi non acquista direttamente in azienda



“La filiera corta ha il vantaggio di rafforzare il binomio prodotto-territorio con la certezza di mangiare un prodotto fresco, di alta qualità e di stagione.”

Terranostra Lombardia



Fonte: A.Finco, A.Tramontano, T.Sargentoni, M.Padella, D.Bentivoglio, Università Politecnica delle Marche – Dip. SAIFET, Sezione di Economia Agraria



◦ ORTI DIDATTICI



◦ CASCINE MULTIFUNZIONALI



◦ DISTRETTI DI ECONOMIA SOLIDALE



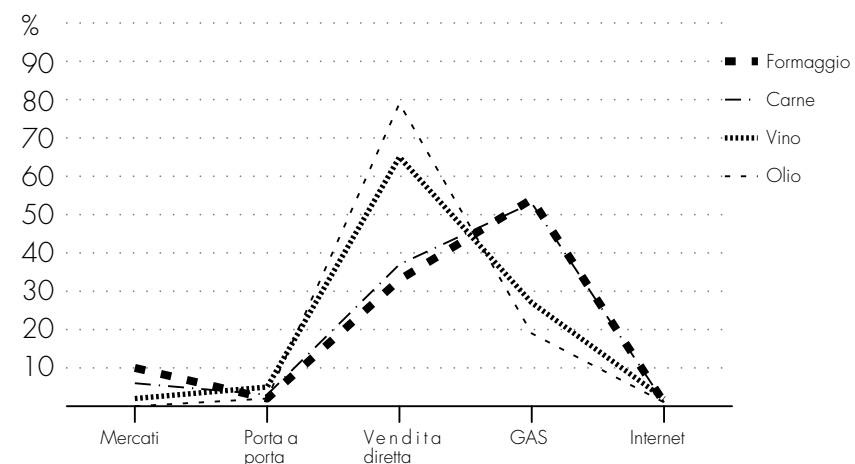
◦ RINATURALIZZAZIONE



◦ NEO RURALIZZAZIONE

Da una analisi del territorio risulta che nella Provincia di Milano sono presenti numerose iniziative volte alla valorizzazione del territorio e alla volontà di trovare una modalità di consumo alternativa. Vendita diretta, farmer's market, community garden, orti didattici, cascine, agriturismi, gruppi di acquisto solidale, distretti di economia agricola, progetti pilota di vendita di "cassette del contadino" sono tutti episodi presenti in maniera più o meno evidente, molti dei quali sono funzionanti e stanno avendo un discreto successo su tutta l'area metropolitana, Anna Me-

roni, docente di Design al Politecnico di Milano, sostiene che "il problema è l'offerta, non la domanda". Abbiamo analizzato che queste iniziative sono in largo aumento anche a livello nazionale, primo fra tutti il consumo di cibo biologico in forte aumento anche in questo periodo di crisi, ma l'analisi ha portato a chiedersi il perchè se c'è tanta domanda alla fine i numeri di queste iniziative sono relativi a meno del 10% del consumo effettivo dei clienti. Il problema, che analizzeremo in seguito, è strutturale nell'organizzazione stessa di queste iniziative.



Fonte: A.Finco, A.Tramontano, T.Sargentoni, M.Padella, D.Bentivoglio, Università Politecnica delle Marche – Dip. SAIFET, Sezione di Economia Agraria

MANGIARE SANO:  
**IL BIOLOGICO**

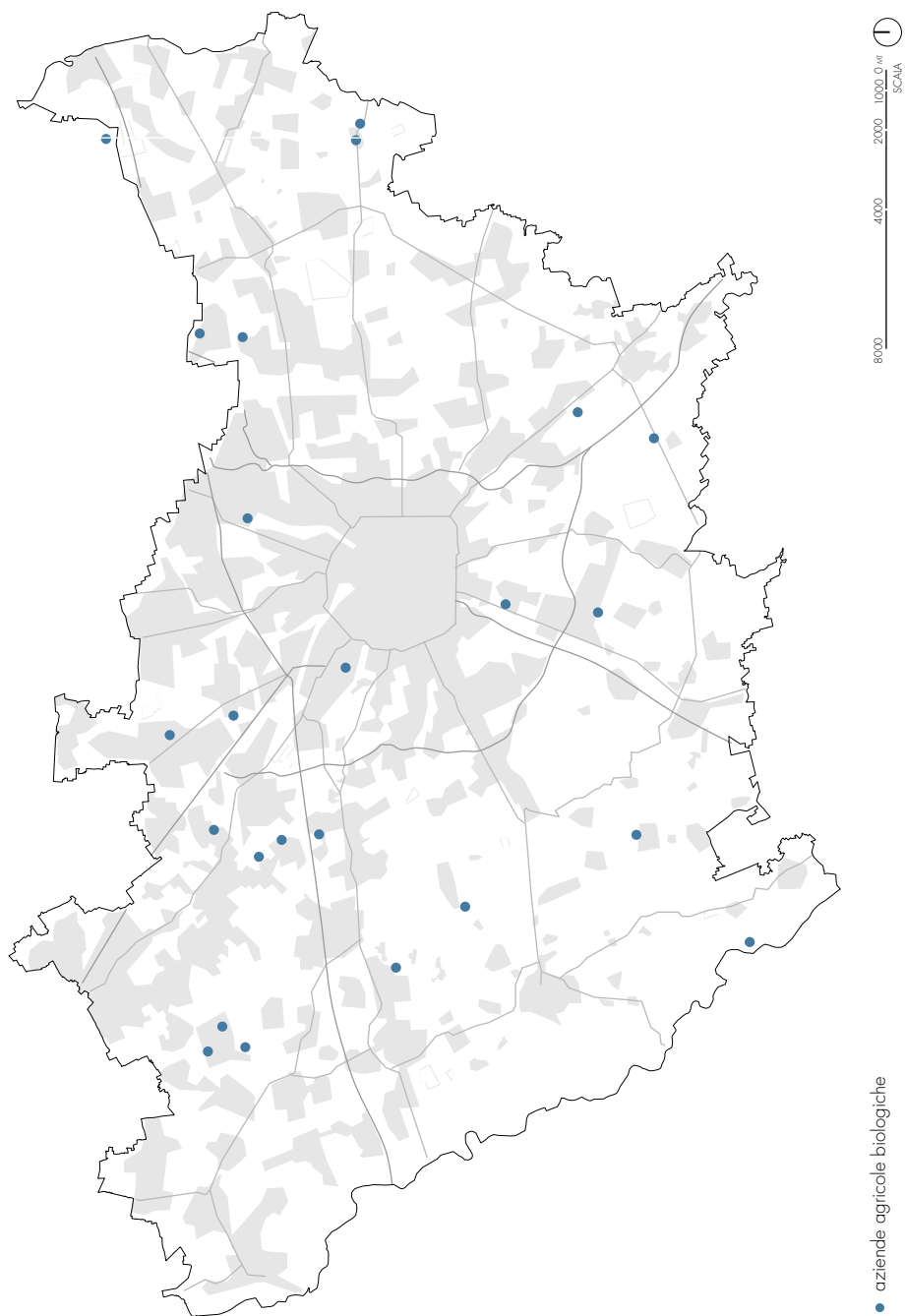




Foto: Serre fredde, Cascina Gallina, Milano, 2009







“L’istituzione deve attuare un programma di adeguamento dei premi per gli agricoltori biologici al fine di essere competitivi con l’agricoltura convenzionale”

Angelo Marchesi- AIAB

Aziende agricole biologiche

26

“E’ quasi banale inserire il 40% di prodotti bio nelle mense scolastiche, inoltre un pasto costa ad un alunno 5 €, aggiungere alimenti biologici costa circa 0.40€, inserendo il self service, il prezzo si andrebbe a equiparare. Bisogna studiare i flussi, ovvero da dove comprano i prodotti le aziende di ristorazione, e successivamente modificare i capitoli e i menu”

Roberto Spigarolo  
Docente Facoltà di Agraria  
Università Statale Milano

Trasformatori

90

Che equivalgono al

4%

delle aziende agricole della provincia

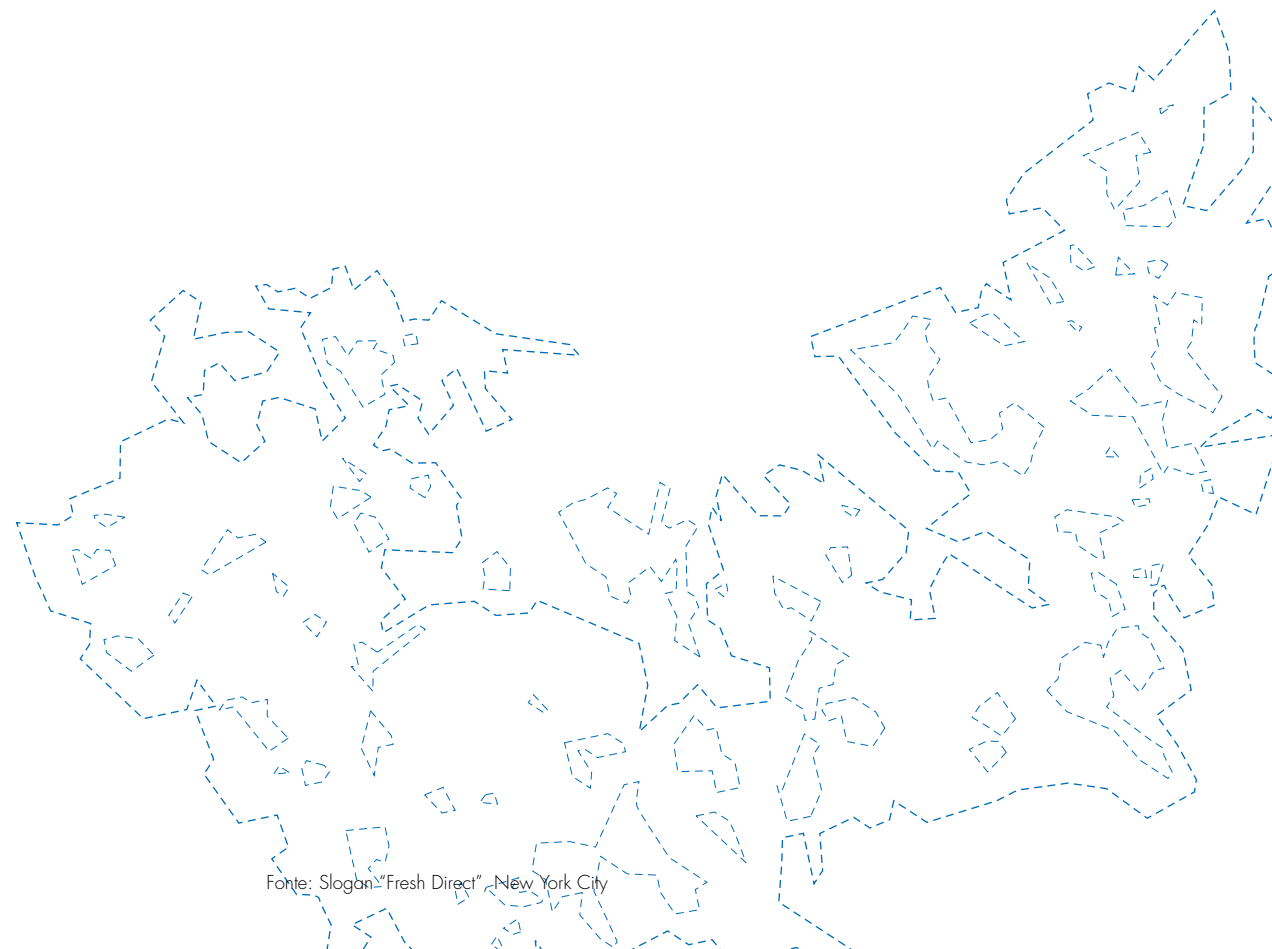
“Bisogna affermare che il Parco agricolo Sud rimarrà rurale per invogliare i proprietari ad investire nel settore primario”

Angelo Marchesi- AIAB

“Biologico non significa filiera corta, la maggior parte del biologico arriva da Cina, Romania e Lettonia”

Angelo Marchesi- AIAB

THE FRESHEST APPLE DOESN'T FALL FAR\*:  
**LA VENDITA DIRETTA**



Fonte: Slogan "Fresh Direct", New York City



Foto: Cascina Cantalupa, San Giuliano Milanese, Milano, 2011



Foto: Cascina Cantalupa, San Giuliano Milanese, Milano, 2011

**OPORUIT** MARTEDÌ  
 GIOVEDÌ  
 SABATO  
 DALLE 8.30  
 ALLE 12.30



**OPORUIT**  
 LATTUGA  
 1,90

**OPORUIT**  
 FRUTTA  
 1,20

**OPORUIT**  
 CARCIOFI  
 1,80

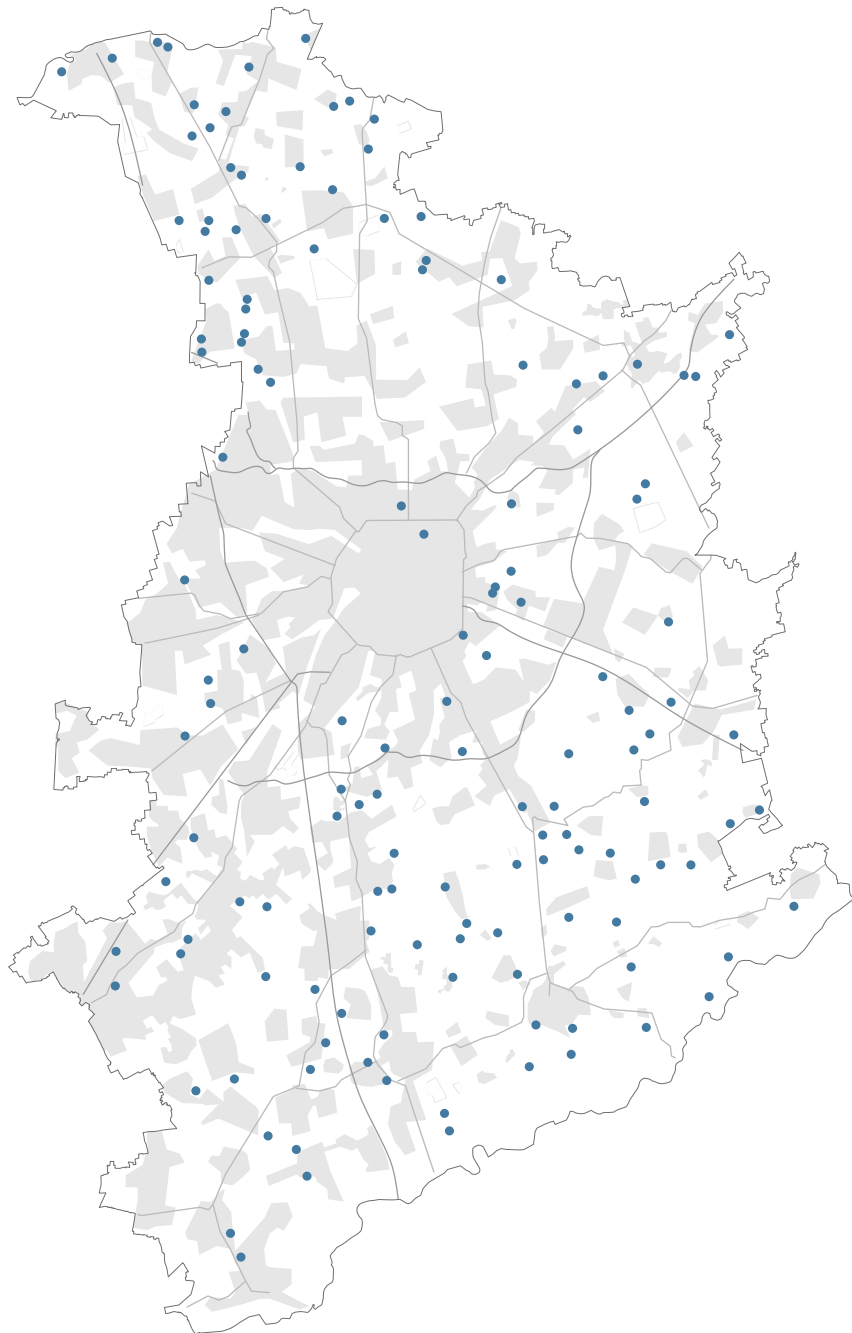


**OPORUIT**  
 FRUTTA  
 2,40

**OPORUIT**  
 ASPARAGNA  
 3,40



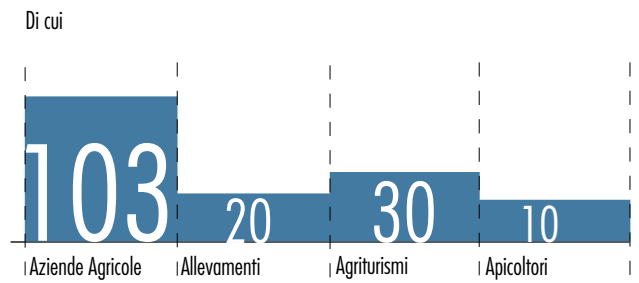
Foto: Azienda Agricola Corbari, Cernusco sul Naviglio, Milano, 2009



● aziende agricole che effettuano vendita diretta

Aziende che effettuano vendita diretta

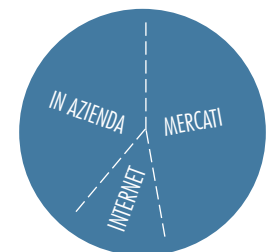
# 153



Di cui  
**45%**  
nel Parco Agricolo Sud

Di cui  
**7%**  
delle 2371 aziende della provincia

- + conoscenza diretta non vincolante
- poco conosciuto distante cerchia ristretta





Per vendita diretta si intende la commercializzazione dal produttore al consumatore di prodotti freschi, trasformati o conservati senza passaggi intermedi. La vendita diretta si può essere svolta: in appositi spazi dell'azienda, nei mercati, in spazi pubblici, su internet o per corrispondenza.

In specifico la normativa di riferimento è il decreto legislativo 228 del 2001 che, all'articolo 1 ridefinisce la figura dell'imprenditore come colui *che esercita una delle seguenti attività: coltivazione del fondo, selvicoltura, allevamento di animali e attività connesse.*

Le prime sono le attività proprie del contadino, con le attività connesse si riferisce ad *attività di trasformazione, commercializzazione e valorizzazione che abbiano ad oggetto prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione.*

Secondo l'articolo 4 d. lgs. 228/01 l'attività diretta può essere svolta da imprenditori agricoli singoli o associati, iscritti nel registro delle imprese istituiti presso le Camere di commercio (art. 8 l. 580/93); l'attività di vendita può essere svolta su tutto il territorio nazionale;

i prodotti messi in vendita devono provenire, in via prevalente, dalle rispettive aziende; Devono essere osservate le vigenti disposizioni in materia igienico-sanitaria; chi intende esercitare l'attività di vendita diretta (sia esso singolo o associato) non deve aver riportato, nell'espletamento delle funzioni connesse alla carica ricoperta, condanne con sentenza passata in giudicato, per delitti in materia di igiene e sanità o di frode nella preparazione degli alimenti nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività'.

MERCATI SENZA MERCANTI:  
**I FARMER'S MARKET**



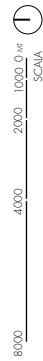
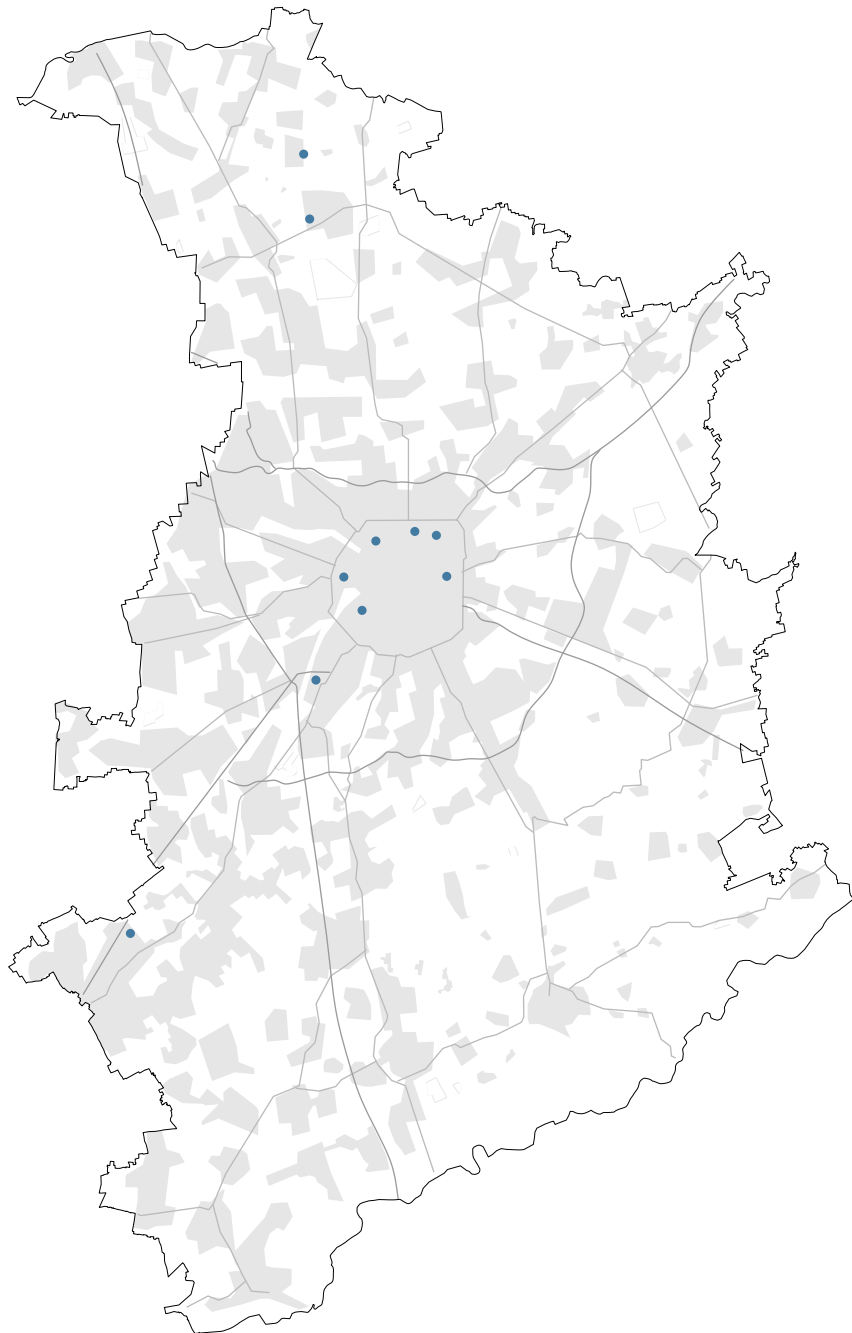




Foto: Mercato della Terra, Largo Marinai d'Italia, Milano, 2009



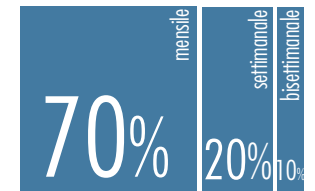
Foto: Mercato della Terra, largo Marinai d'Italia, Milano, 2009



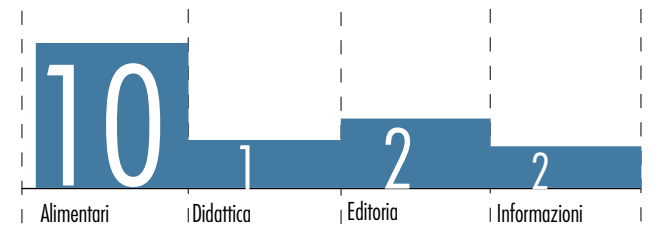
Farmer's markets

10

Frequenza



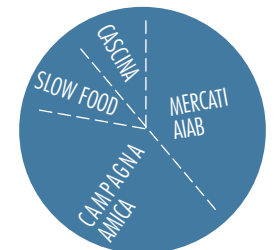
Offono



Di cui

4

in mercatini biologici





I Farmer's market, altresì chiamati mercati contadini, sono luoghi solitamente distanti dall'azienda produttrice in cui gli agricoltori vendono i loro prodotti freschi o trasformati. Le aree adibite possono essere solitamente pubbliche, come per esempio piazze e giardini, ma può accadere anche che vi sia un'iniziativa privata e che quindi sia allocato su suolo privato. Vi possono essere, infatti, richieste di realizzazione da parte di imprenditori singoli o associazioni di produttori, da organizzazioni di categoria o dai comuni stessi che promuovono l'iniziativa.

La realizzazione di questi mercati a vendita diretta è prevista dal D.m. 20/11/2007, che dà attuazione ad una norma contenuta nella legge finanziaria 2007. In specifico la Regione Lombardia ha recentemente introdotto una specifica nota del Dg. Agricoltura per la realizzazione di farmer's markets.

A Milano hanno molto successo i Mercati della Terra in piazzale Marinai d'Italia, nato nel 2009, i cui fine è diventare "Luogo dove fare la spesa, incontrarsi, conoscersi, mangiare in compagnia".

L'episodio milanese è uno dei 17 mercati italiani del progetto di Slow Food che basa i suoi mercati solo su produttori locali. Per "locale" in Italia si intende che il territorio di riferimento è dato a una distanza massima di 40 km dal comune sede del mercato. Inoltre è scontato dire che il presupposto principale è che i venditori presentino solo i loro prodotti, provenienti dalla loro azienda, raccontando i prodotti dei quali si assumono la responsabilità, il lavoro che ne è alla base, cosa definisce la loro qualità, cosa giustifica il prezzo praticato\*. Si crea quindi un nuovo spazio di incontro fra consumatori e produttori alimentari, una relazione. In alcuni casi Slow Food e le aziende sviluppano progetti di co-produzione, in cui il consumatore va oltre il ruolo passivo di compratore ma si interessa sostenendo attivamente l'azienda e diventando parte del processo di produzione.

IL CONSUMO CONSAPEVOLE:  
**I GRUPPI DI ACQUISTO SOLIDALE**

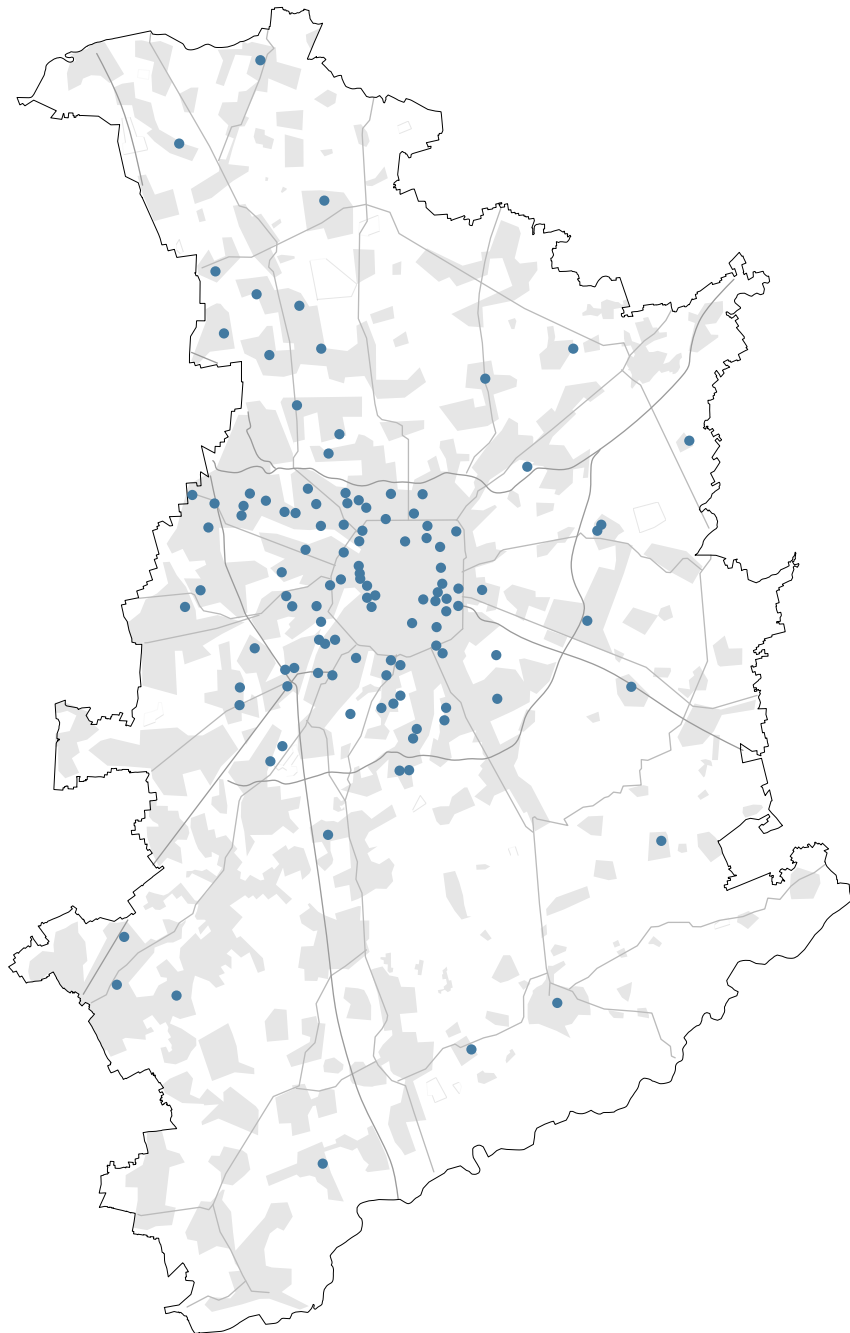




Foto: Gas QT8, Milano



Foto: lezioni di cucina, QuartoGas, Milano



8000  
4000  
2000  
1000,0 m  
SCAUA

Gruppi di Acquisto Solidale

# 128

Di cui

**78** nel comune di Milano  
**50** in provincia

Considerando una media di 35 famiglie  
per GAS

# 4500

famiglie

Considerando una media di 2.4 persone  
a famiglia

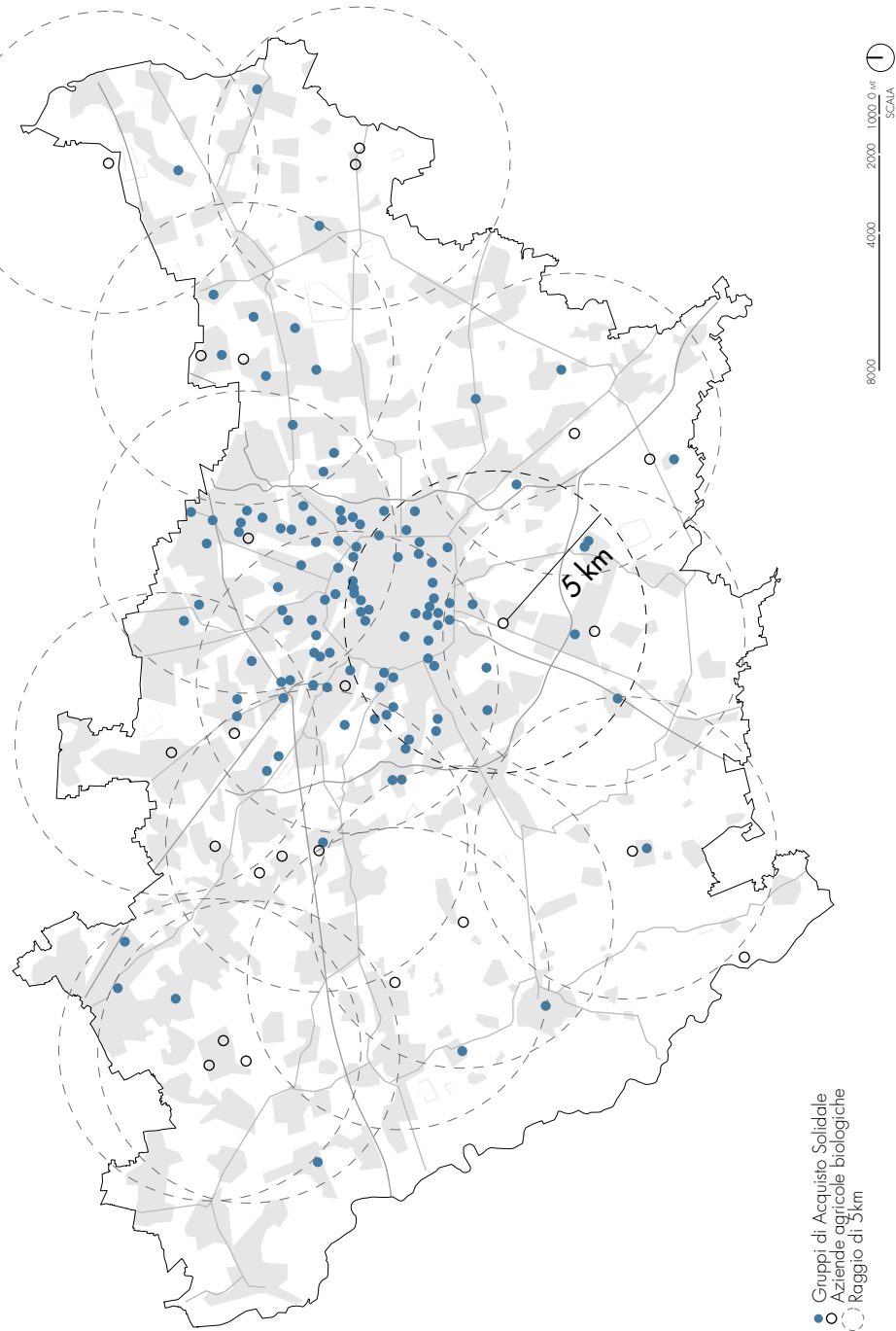
# 10800

persone

# 0.3%

della popolazione milanese





### BOTTEGA(S)

I GAS hanno aperto anche un negozio dove si possono acquistare alimenti bio, a filiera corta o provenienti dal mercato solidale. Nel negozio è presente anche un'area ristorante, una piccola biblioteca specializzata e, ogni settimana, si possono formare GAS via web, inoltrando l'ordine sul sito. Infine in via Colletta 21 (Milano) vi sono spazi che periodicamente ospitano incontri con i produttori.

Ogni produttore rifornisce in media

# 4.5

Gruppi di Acquisto

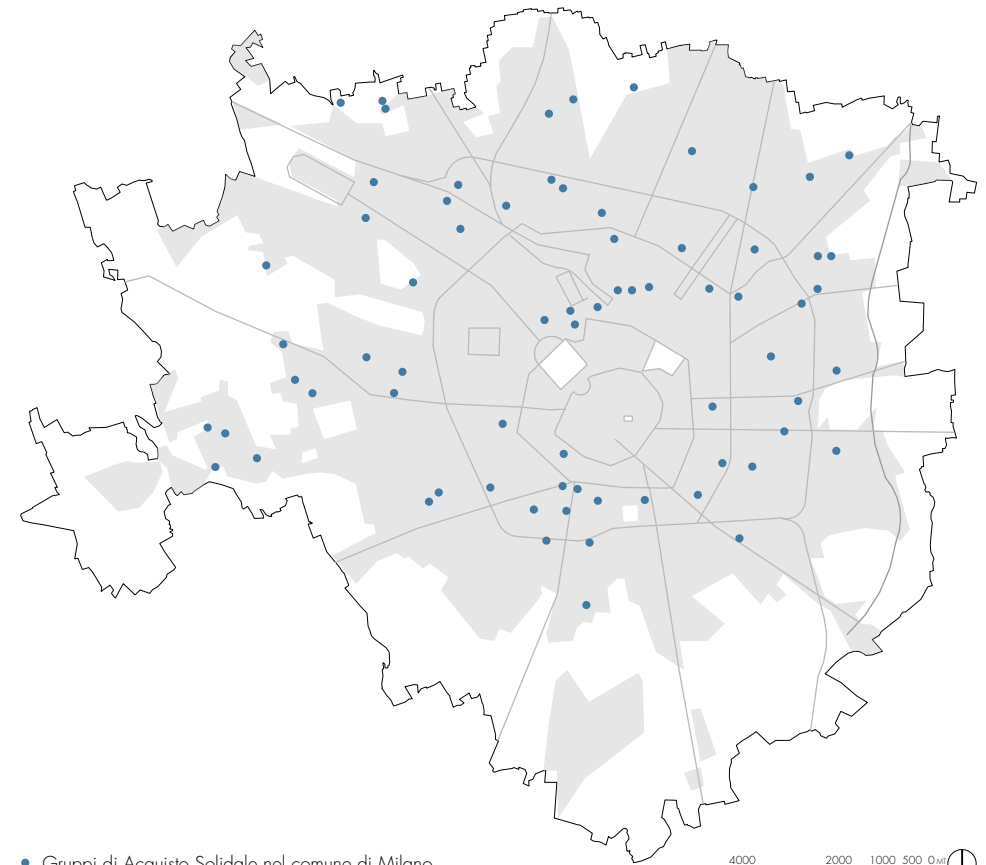
Raggio

# 5 km

ogni GAS arriva al produttore bio più vicino

+ conoscenza diretta  
sostentano il  
produttore

□ gruppo chiuso  
numero ristretto par-  
tecipanti



• Gruppi di Acquisto Solidale nel comune di Milano

4000 2000 1000 500 0 m  
SCALA

COLTIVARE LA CITTA':  
**GLI ORTI URBANI**





## i Giardini del Sole

Community Garden Amici del Parco Trotter



**GARDEN OPENING HOURS: SATURDAY 10 AM TO NOON  
MONDAY 4.30 TO 6 PM; ALL ARE WELCOME!**

This is a community garden,  
it is run and maintained by a group of volunteers, everybody can join.  
If you'd like to help us planning the garden, dig, bread a pathway,  
look after the plants, just join us... We are waiting for you!

[www.giardinidelsole.parcotrotter.org](http://www.giardinidelsole.parcotrotter.org)  
[info@giardinidelsole.parcotrotter.org](mailto:info@giardinidelsole.parcotrotter.org)

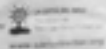
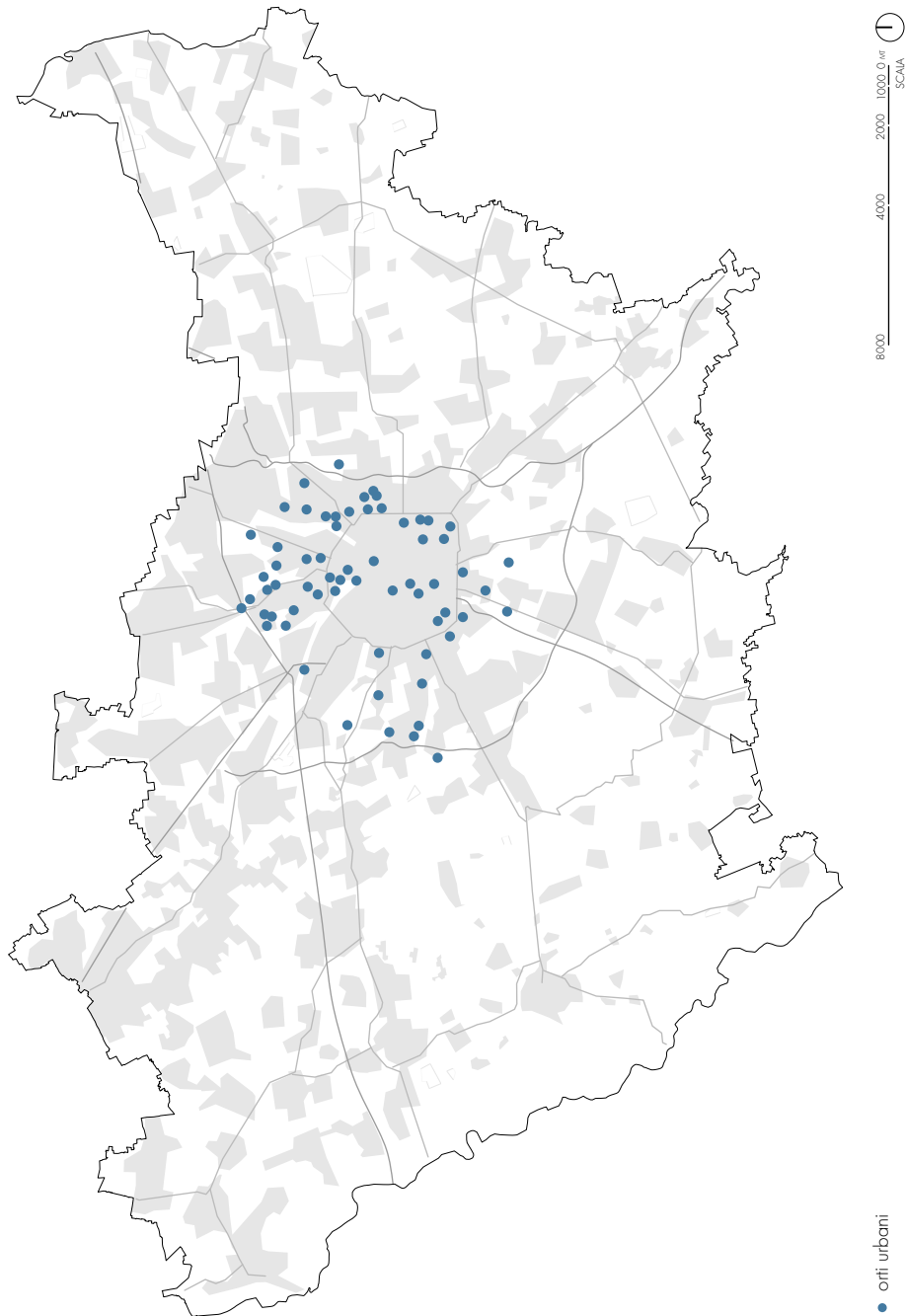




Foto: Giardini del Sole, Milano, 2011





“Gli orti erano una realtà consolidata a Sesto, ma i problemi erano riferiti alle aree inquinate e un disordine generato da una mancata regolamentazione. Si è così deciso di smantellare gli orti con l’aiuto di Italia Nostra per bonificare le aree, portare l’irrigazione e riorganizzarli. Gli orti in totale sono 150 e gli utenti sono solo anziani ma anche giovani con limitate possibilità economiche”

Ersilia Brambilla  
Assessore  
Sesto San Giovanni

“Non dobbiamo convolvere solo gli anziani e si deve valutare il contesto in cui l’orto è inserito”

Angelo Marchesi- AIAB

Orti Urbani a Milano

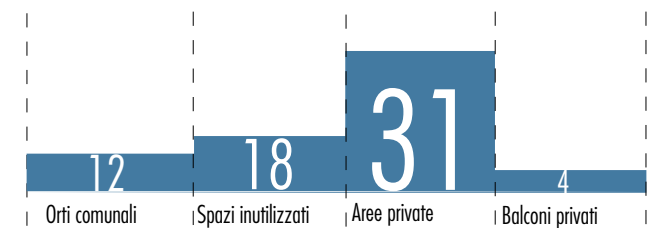
65

“Il community garden è formato da 70/80 persone da ottobre 2009 è il primo ad essere nato a Milano. E’ uno spazio di aggregazione e di sensibilizzazione all’agricoltura tramite conferenze tenute regolarmente. Ad esso è legato anche il GAS di via Padova”

Lella Trapella -  
Presidente Amici del Parco Trotter

- + visibilità servizio alla comunità
- difficoltà di vendita numero limitato

Di cui





Gli orti urbani sono nati alla fine degli anni Settanta in America con il nome "community garden" per creare isole verdi all'interno delle metropoli dove era possibile sperimentare idee ecologiche e fuori delle linee di mercato. I primi nascono a New York nel Lower East Side e si sviluppano in tutta l'America, in particolare in California. I community garden sono eredi dei victory gardens, orti familiari di guerra, che avevano la funzione di ridurre la spesa per il cibo. In Italia si stanno diffondendo da poco ma possiamo notare esperienze in tutta la penisola.

A Milano esistono orti urbani privati o pubblici, questi ultimi sono gestiti dall'amministrazione comunale in accordo con Italia Nostra Onlus e vengono assegnati tramite un bando di concorso. L'altra tipologia viene gestita da un ente o una persona, come accade con i 130 orti dell'architetto Claudio Cristofani che esordisce con la frase

"Se è vero che per godere del cibo devi provare la fame, per godere del sole devi provare la pioggia, per godere della salute devi provare la malattia, per godere della gioia che la terra sa dare devi provare l'oppressione dell'asfalto. Quindi è proprio vicino alle peggiori città che si devono proporre gli orti urbani, che io preferisco chiamare giardini familiari." L'intenzione quindi è un servizio alla comunità che riscontra man mano un interesse sempre maggiore, anche perchè se l'organizzazione iniziale è buona la manutenzione è minima.

Il lotto assegnato è di 75 mq e costa 360 euro all'anno. I servizi inclusi sono riferiti all'acqua di falda sia come scorta intiepidita in un fusto da 300 litri per ogni orto che come erogazione al rubinetto in orari stabiliti. Ogni orto ha un recinto che può essere costituito da una siepe, oppure da una staccionata in legno, oppure da un sistema misto legno-rete plastifi-

cata. L'area viene inoltre dotata di parcheggi interni in zona separata e senza interferenze con gli orti, con la possibilità di impiantare un gazebo tessile e gli arredi di base per il barbecue, una cassa in legno abbastanza grande per contenere gli attrezzi principali.



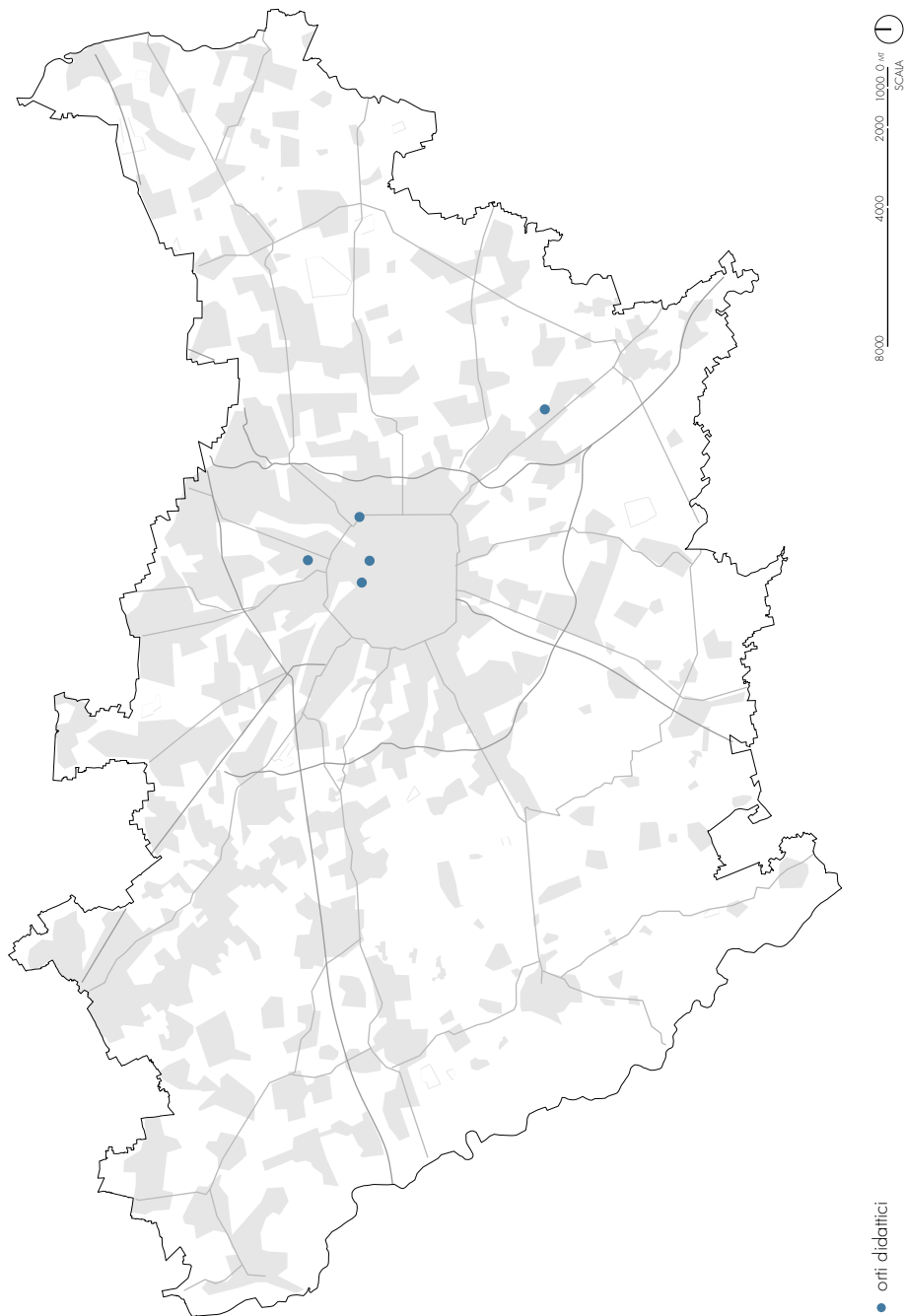
IMPARARE DALLA TERRA:  
**GLI ORTI DIDATTICI**





Foto: Istituto Scolastico Casa del Sole, Milano, cartoline storiche





Orti didattici attuali

5

Orti didattici in progetto

28

Di cui

30 in ambito scolastico  
3 in enti privati

“ In vista di Expo vi è un progetto di riqualificazione totale del Parco Trotter con la sistemazione di padiglioni tematici: casa dell’acqua, della filiera corta e della fattoria che potranno essere visitati da tutte le scuole.”

Lella Trapella -  
Presidente Amici del Parco Trotter

+ grande visibilità  
educazione al cibo

□ poco diffusi  
continua manutenzione anche nei periodi extrascolastici

Gli orti in progetto equivalgono al

9%

delle scuole primarie e secondarie di  
primo grado



Gli orti didattici promuovono e sviluppano l'educazione alimentare e ambientale nelle scuole.

Solitamente gli orti didattici vengono inserite nei programmi delle scuole primarie inferiori per avvicinare i bambini alla terra facendo loro coltivare dei frutti e delle verdure, l'intento è quello di educarli alla varietà, alla stagionalità, ai metodi di coltivazione biologici e biodinamici, al rispetto della natura e di tutte le creature viventi, ad incuriosirsi per ciò che è diverso e ad assaggiare ciò che loro stessi coltivano. Per Slow Food l'orto è uno strumento per far diventare il piccolo consumatore un coproduttore, cioè un cittadino consapevole che le sue scelte d'acquisto hanno delle ripercussioni sul mondo che lo circonda, in primo luogo tra gli agricoltori e gli allevatori. In concomitanza con le ore di attività vi è un programma di lezioni teoriche con un agronomo, come succede alla Scuola i Giardini del Sole, per educare i bambini anche ai principi base dell'agricoltura. Inoltre il lavoro di gruppo svolto sul campo ha la funzione didattica di sviluppare la responsabilità

verso l'ambiente e verso il prossimo e la cooperazione che serve in ogni ora del giorno e in ogni stagione per badare all'orto. Inoltre i bambini sono più contenti di coltivare e mangiare verdura coltivata da loro stessi, sono quindi invogliati a mangiare piatti con alimenti prodotti durante l'anno scolastico, sebbene le scuole di Milano siano servite da Milano Ristorazione, una società con cucina centralizzata il cui regolamento non permette di cucinare nelle scuole. Per questa motivazione le verdure vengono scelte in modo tale da non dover essere preparate e affinché abbiano modo di essere conservati nel tempo senza troppi problemi.

#### OBIETTIVI\*

Introdurre una didattica multidisciplinare in cui l'orto diventa lo strumento per le attività di educazione alimentare, ma anche per quelle di educazione ambientale.

Far diventare i piccoli consumatori dei coproduttori, cittadini consapevoli delle proprie scelte d'acquisto: educare allo sviluppo sostenibile e al consumo consapevole

Acquisire una metodologia induttiva nell'ap-

proccio all'educazione alimentare e ambientale sviluppando esperienze didattiche in classe e in orto

Imparare a leggere la realtà come un insieme di fenomeni percepiti attraverso i sensi, accrescere la propria memoria e capacità di percezione sensoriale, appropriarsi un lessico e di una grammatica del gusto.

Maturare la consapevolezza che l'alimentazione è un fatto culturale, il cui significato trascende l'aspetto nutrizionale

Conoscere il territorio, i suoi prodotti e le ricette attivando occasioni di incontro con esperti (artigiani, produttori, chef) per creare una pluralità di rapporti con gli attori del settore agroalimentare e gastronomico della comunità locale in modo da destare la curiosità e la conoscenza della realtà circostante

Fornire elementi di storia e cultura della gastronomia

Acquisire principi di orticoltura biologica

NEL PARCO AGRICOLO SUD:  
**LE AZIENDE MULTIFUNZIONALI**



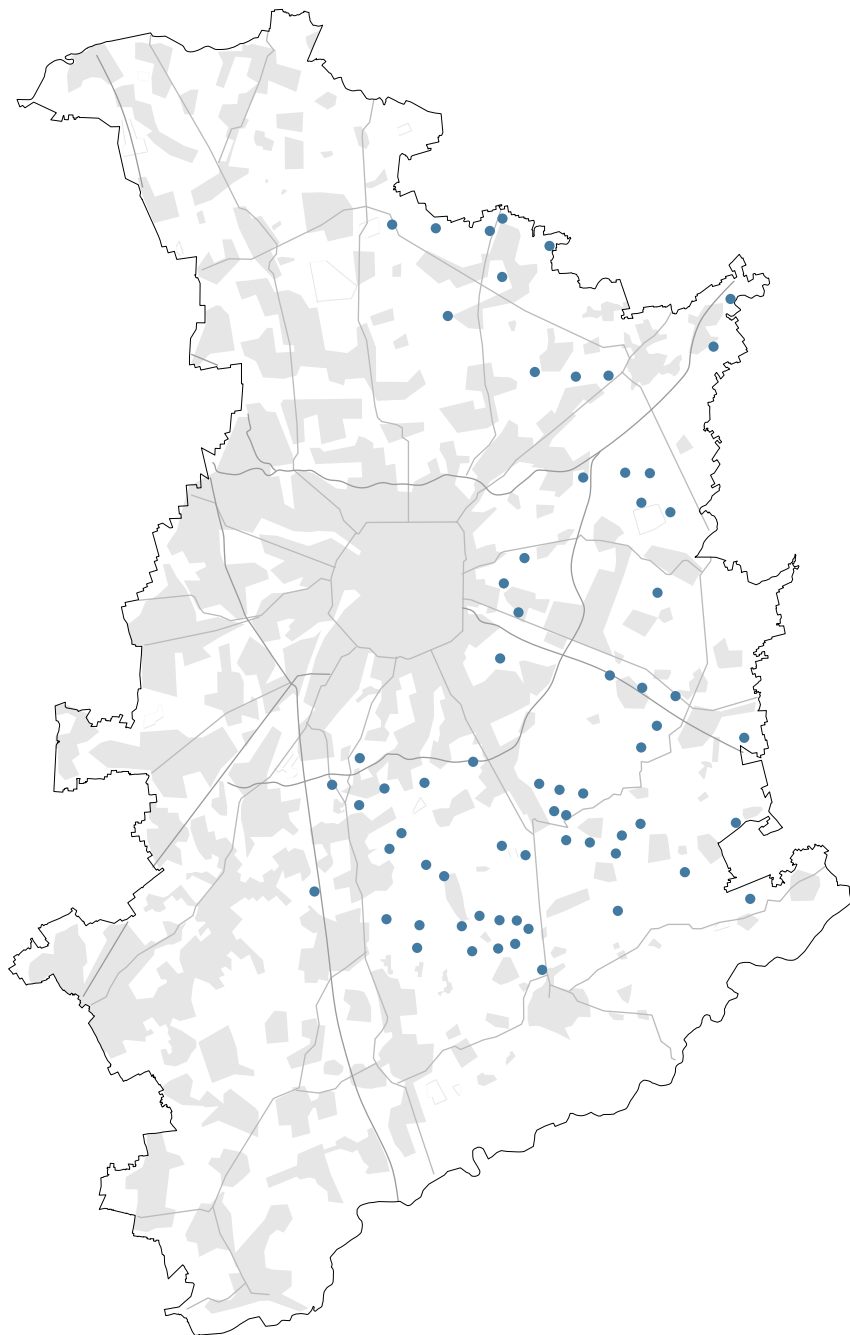


Foto: Cascina Santa Brera, San Giuliano Milanese, Milano



Foto: Yoga in Cascina Santa Brera, San Giuliano Milanese, Milano, 2009





0 2000 4000 6000 8000  
SCAUA

Superficie Parco Agricolo Sud

# 46300

ettari

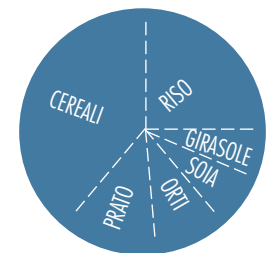
"Multifunzionalità non significa minor produzione"

Paolo Lassini  
Direttore generale settore  
agricoltura della Regione  
Lombardia

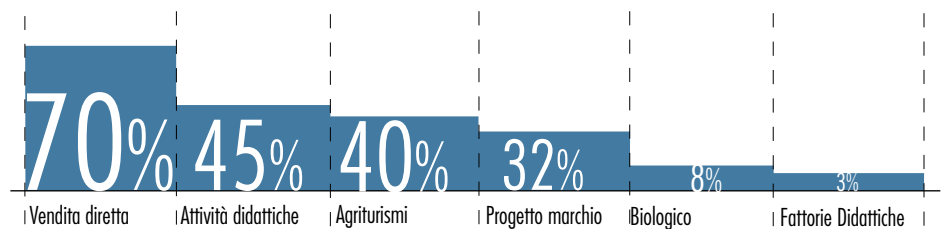
## 950

 Aziende Agricole

## 65

 Aziende Agricole multifunzionali


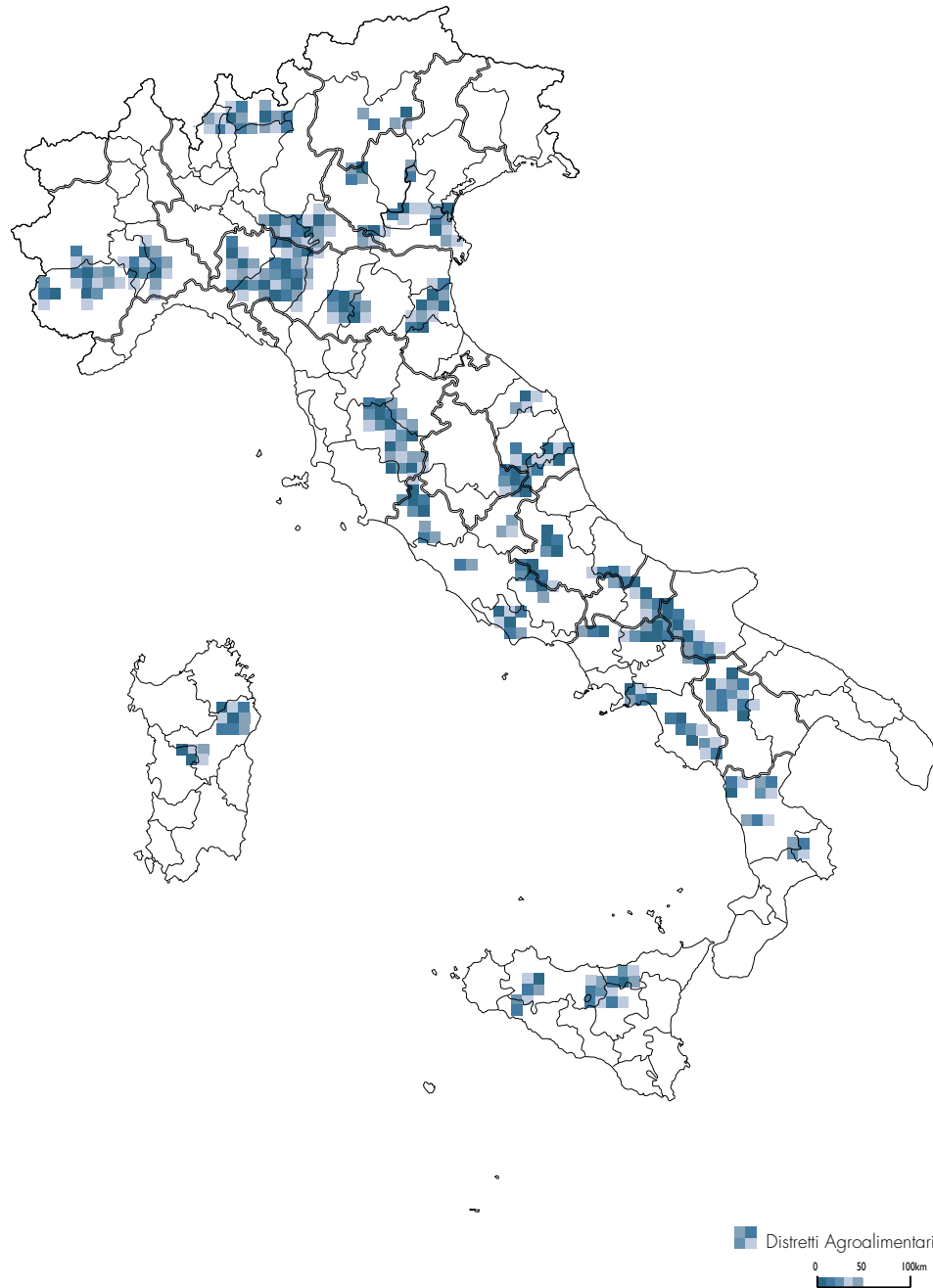
Di cui



Fonte: Parco Agricolo Sud, Guida alle Aziende Agricole

LA REALTÀ MILANESE:  
**DISTRETTI AGRICOLI E  
DISTRETTI DI ECONOMIA SOLIDALE**





Fonte: Rapporto sui distretti rurali e agroalimentari di qualità in Italia, Unoncamere 2009

Si definiscono **DISTRETTI AGROALIMENTARI** di qualità "i sistemi produttivi locali, anche a carattere interregionale, caratterizzati da significativa presenza economica e da interrelazione e interdipendenza produttiva delle imprese agricole e agroalimentari, nonché da una o più produzioni certificate e tutelate ai sensi della vigente normativa comunitaria o nazionale, oppure da produzioni tradizionali o tipiche"

Decreto Legislativo 228/2001, art. 13

Le caratteristiche peculiari dei distretti rurali sono: elevata concentrazione di imprese, specializzazione produttiva, accentuata integrazione della filiera, presenza di realtà produttive prevalentemente di piccola media scala.

Significativa presenza economica Produzione lorda totale; occupati e imprese dei macro settori; specializzazione SAU; mezzi meccanici.

Interdipendenza produttiva Occupati e imprese dei segmenti produttivi individuati; presenza filiere produttive

Produzioni certificate e tutelate Presenza di marchi DOC, DOCG, IGT, DOP, IGP e di prodotti tradizionali.

Distretti agroalimentari di qualità in Italia

55

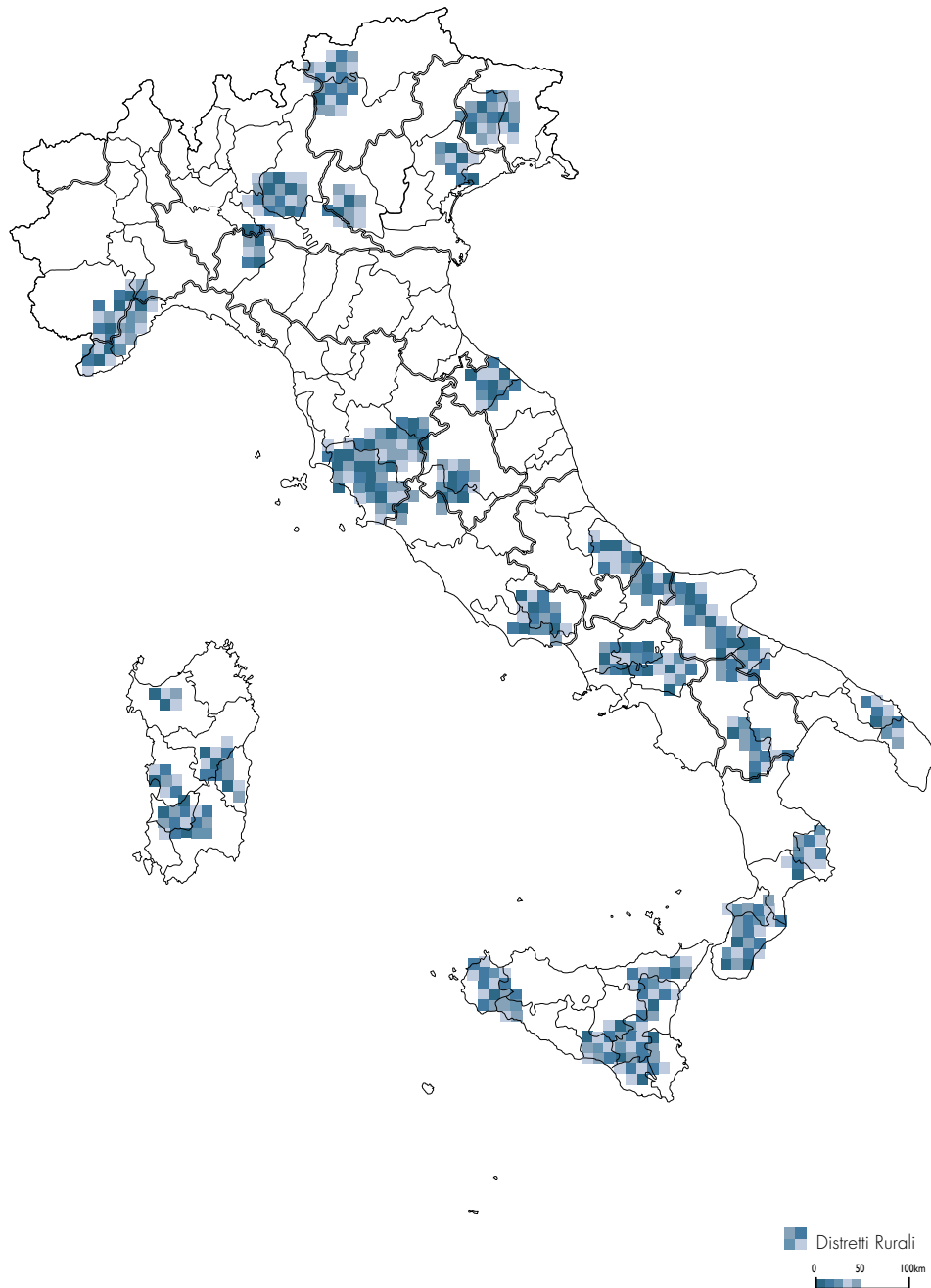
Province interessate

63

Distretti interregionali

5

Fonte: Rapporto sui distretti rurali e agroalimentari di qualità in Italia, Unoncamere 2009



Fonte: Rapporto sui distretti rurali e agroalimentari di qualità in Italia, Unoncamere 2009

I **DISTRETTI RURALI** sono "sistemi produttivi locali caratterizzati da un'identità storica e territoriale omogenea derivante dall'integrazione fra attività agricole e altre attività locali, nonché dalla produzione di beni o servizi di particolare specificità, coerenti con le tradizioni e le vocazioni naturali e territoriali"

*Decreto Legislativo 228/2001, art. 13*

Le caratteristiche peculiari dei distretti rurali sono: l'aggregazione di attività produttive agricole di tipo diverso, in contrapposizione con l'elevata specializzazione produttiva che caratterizza i distretti industriali, e, dall'altra, si basa sull'integrazione tra attività primarie e altre attività locali, come il turismo o l'artigianato\*. Questa tipologia rurale rappresenta una soluzione particolarmente interessante per la valorizzazione multifunzionale di aree che hanno un'identità storica e territoriale caratterizzata da un patrimonio diversificato.

Identità storica e territoriale

Utilizzo della superficie locale, delle produzioni prevalenti e degli allevamenti; struttura abitativa, densità demografica; tipologia prevalente dei mezzi di produzione.

Integrazione fra attività agricole e altre attività locali

Dinamiche di sviluppo dei settori agricolo, presenza di agriturismi.

Beni o servizi coerenti con le tradizioni e le vocazioni naturali e territoriali

Presenza di tradizioni e manifestazioni folkloristiche, di prodotti tradizionali riconosciuti; presenza nel passato di alcune forme contrattuali (latifondo, mezzadria, etc.)

Distretti rurali in Italia

35

Province interessate

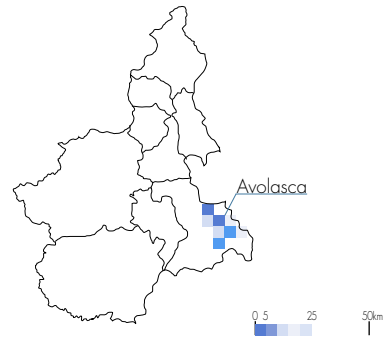
55

Distretti interregionali

6

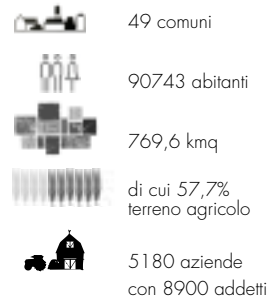
Fonte: Rapporto sui distretti rurali e agroalimentari di qualità in Italia, Unoncamere 2009

## IL DISTRETTO RURALE DEL PIEMONTE

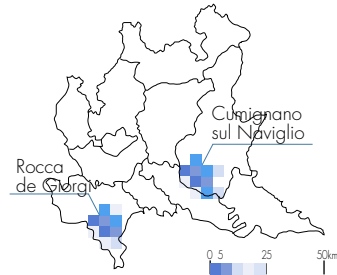
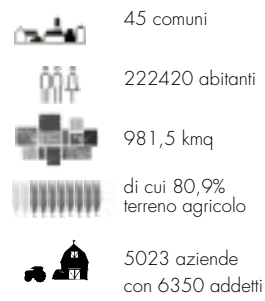


## IL DISTRETTO RURALE DELLA LOMBARDIA

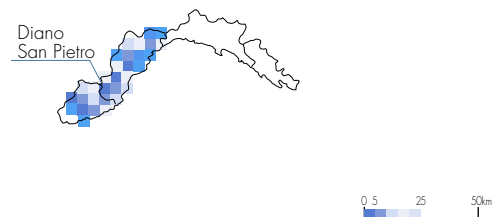
## Rocca de Giorgi



## Cumignano sul Naviglio



## IL DISTRETTO RURALE DELLA LIGURIA

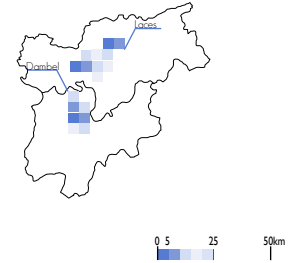


## IL DISTRETTO RURALE DEL TRENINO ALTO ADIGE

## Laces



## Dambel

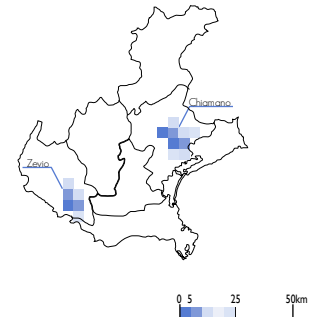
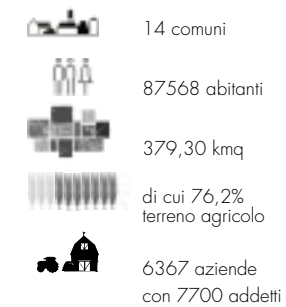


## IL DISTRETTO RURALE DEL VENETO

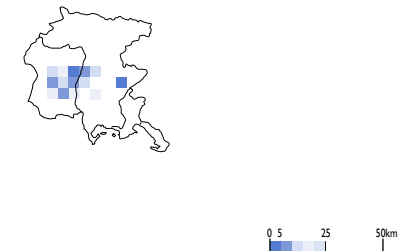
## Zevio



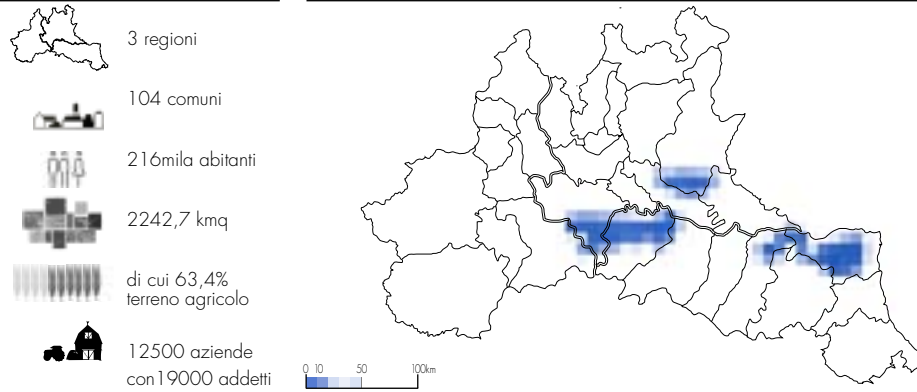
## Chiamano



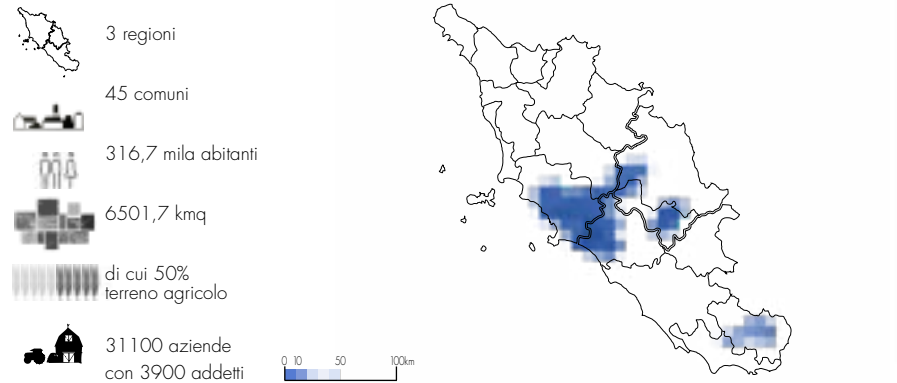
## IL DISTRETTO RURALE DEL FRIULI VENEZIA GIULIA



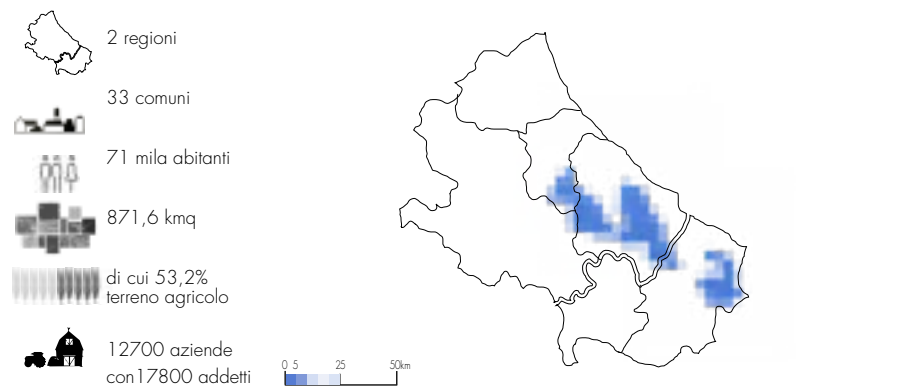
### IL DISTRETTO RURALE INTERREGIONALE DELL'OLTREPO



### IL DISTRETTO RURALE INTERREGIONALE DELLA MAREMMA

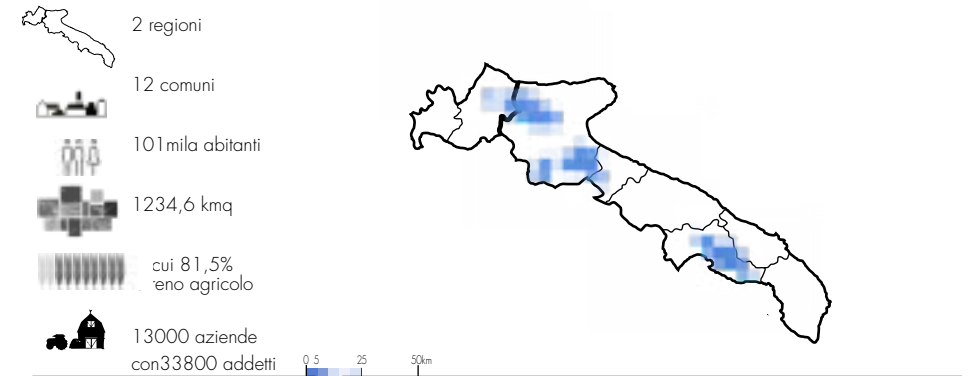


### IL DISTRETTO RURALE INTERREGIONALE DEL VASTESE

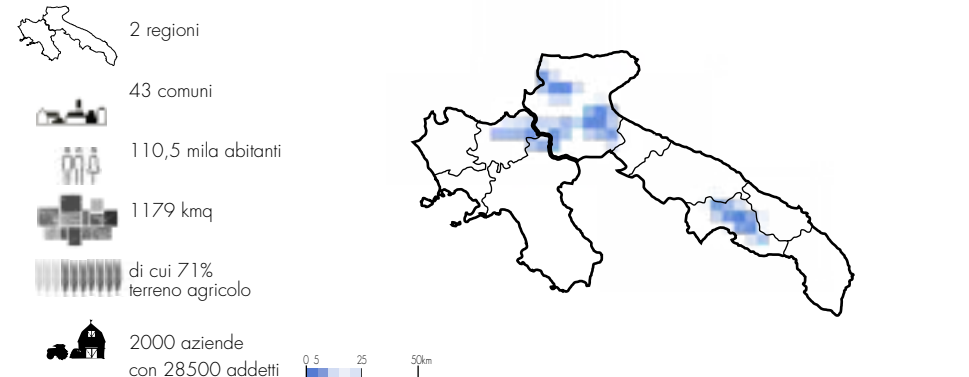


Fonte: Rapporto sui distretti rurali e agroalimentari di qualità in Italia, Unoncamere 2009

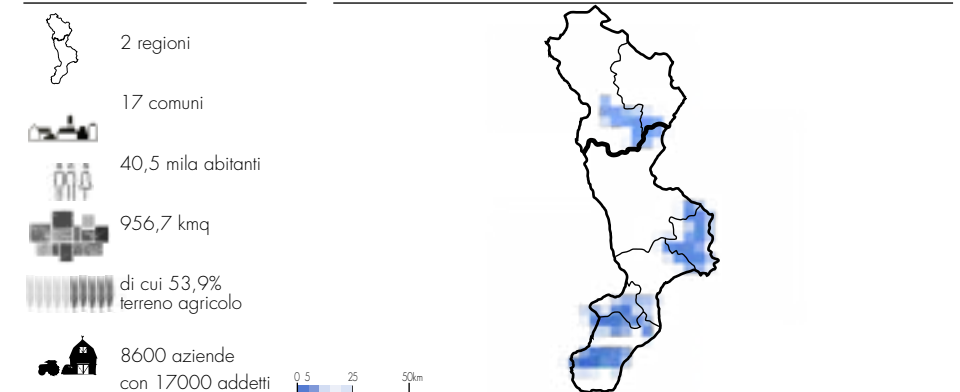
### IL DISTRETTO RURALE INTERREGIONALE DELLA DAUNIA



### IL DISTRETTO RURALE INTERREGIONALE DEL SANNIO



### IL DISTRETTO RURALE INTERREGIONALE LUCANO CALABRO



Fonte: Rapporto sui distretti rurali e agroalimentari di qualità in Italia, Unoncamere 2009

Il **DISTRETTO DI ECONOMIA SOLIDALE DEL PARCO AGRICOLO SUD** (DESR) nasce il 13/12/2008 su iniziativa del GAS di Baggio e della Cascina Forestina. Sceglie di essere **rurale** perchè ha come obiettivo la salvaguardia e la riqualifica del Parco Sud.

**ATTORI:**  
 17+5 GAS attivi  
 14 aziende agricole  
 2 comuni  
 numerose associazioni (Acli, Arci, legambiente, Acra, Slow Food) due Botteghe Commercio Equo e infine Comitati a difesa del territorio.

**OBIETTIVI:**

- \_ contrastare la cementificazione sostenendo l'economia agricola
- \_ difendere il parco e l'agricoltura tramite la salvaguardia del reddito agricolo
- \_ rispondere all'insoddisfatta domanda dei GAS
- \_ orientarsi verso la diversificazione produttiva (dal mais e dal latte verso colture necessarie al territorio e concertate col consumo organizzato)
- \_ filiera corta e chilometro zero
- \_ conversione al biologico anche con l'intervento di finanza etica
- \_ passaggio dalle monoculture alla biodiversità: sovranità alimentare locale.

## AZIENDA AGRICOLA LA FORESTINA, Nicolò Reverdini, Cislano (MI)

**SUPERFICIE:** 32ha

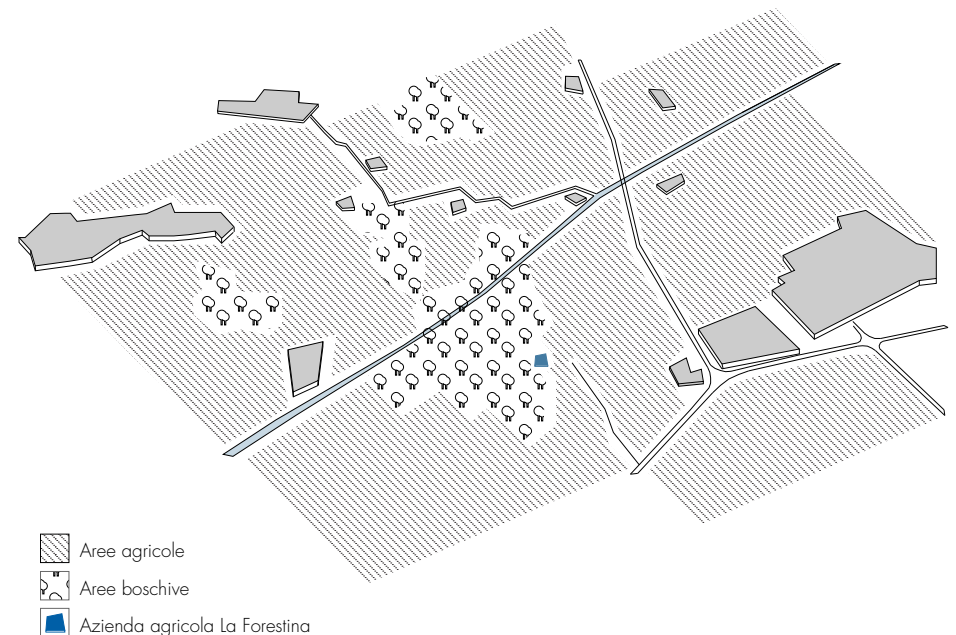
**DESTINAZIONE D'USO:**  
 50% seminativi e orti irrigui  
 50% bosco misto

**NATA NEL:** 1996

**LEGGI:**  
 Regolamenti comunitari 2092/91, 2080/92, 2328/91, 2078/92, 1257/99

**CASCINA:** Ristrutturazione conservativa

**PREMIO:**  
 Medaglia d'Oro agricoltura bio, Cam. Commercio 2011,  
 Premio tutela dell'ambiente, Cam. Commercio 2003



### AGRICOLTURA DI PRIMA GENERAZIONE



produzione grano:  
1 tonnellate/ettaro

L'Agricoltura di Prima Generazione ha prodotto il paesaggio e l'ambiente europeo. Pertanto è ancora una componente basilare per la conservazione del paesaggio rurale nelle regioni con valore turistico o residenziale, dove l'Agricoltura di Terza Generazione può offrire preziosi servizi.

### AGRICOLTURA DI SECONDA GENERAZIONE



produzione grano:  
7 tonnellate/ettaro

L'Agricoltura di Seconda Generazione ha elevate produzioni per ettaro e libera spazi per finalità non alimentari. La produzione di paesaggio, la diversità biologica per il tempo libero e la qualità della nostra vita sarebbero impossibili senza l'agricoltura intensiva perché tutti gli spazi coltivabili sarebbero occupati per la produzione di derrate alimentari.

### AGRICOLTURA DI TERZA GENERAZIONE



creare un'ambiente di qualità

L'Agricoltura di Terza Generazione non produce solo paesaggio e tempo libero, beni e servizi richiesti dalla popolazione, ma potenziali spazi di lavoro per le attività immateriali senza contatti diretti col pubblico. Oltre il 50% dei cittadini europei svolte queste attività che grazie a Internet e alle comunicazioni veloci, possono ricollocarsi dai centri urbani nel territorio rurale.

## AZIENDA AGROAMBIENTALE LA CASSINAZZA, Giuseppe Natta, Baselica di Giussago (PV)

SUPERFICIE: 1000ha

DESTINAZIONE D'USO:

70% agricoltura di terza generazione  
10% zona umida con vegetazione spontanea permanente

NATA NEL: 1996

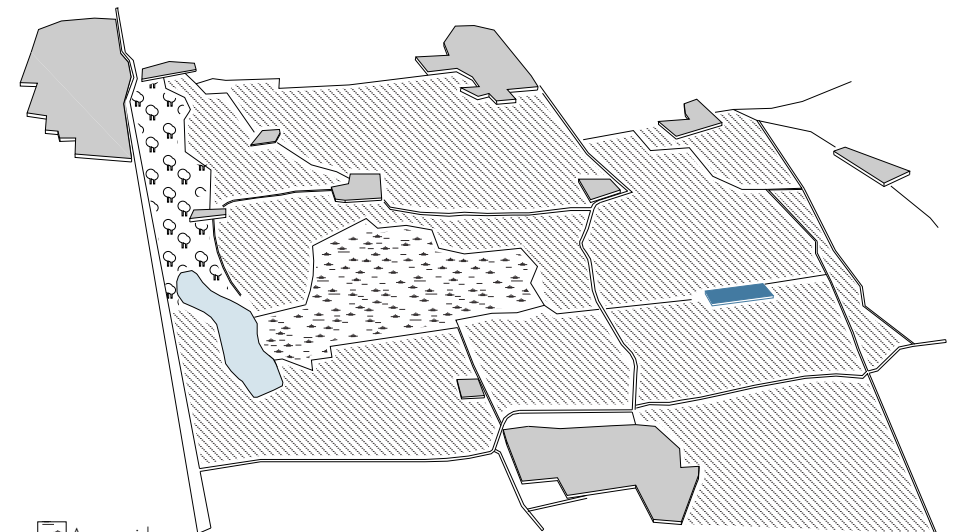
DISPOSITIVI ECONOMICI:

Regolamenti comunitari 2080/92, 2078/92, implementazione Agenda 21, nuova PAC  
P.S.R. 2000-2006 misura F(2.6) - misure agroambientali  
P.S.R. 2000-2006 misura H(2.8) - imboschimenti di terreni agricoli ( oggi recepita: P.S.R. 2007-2013 misure 214-216-221 )

CASCINA: Demolita e ricostruita con nuove tecnologie sarà la sede della A2A

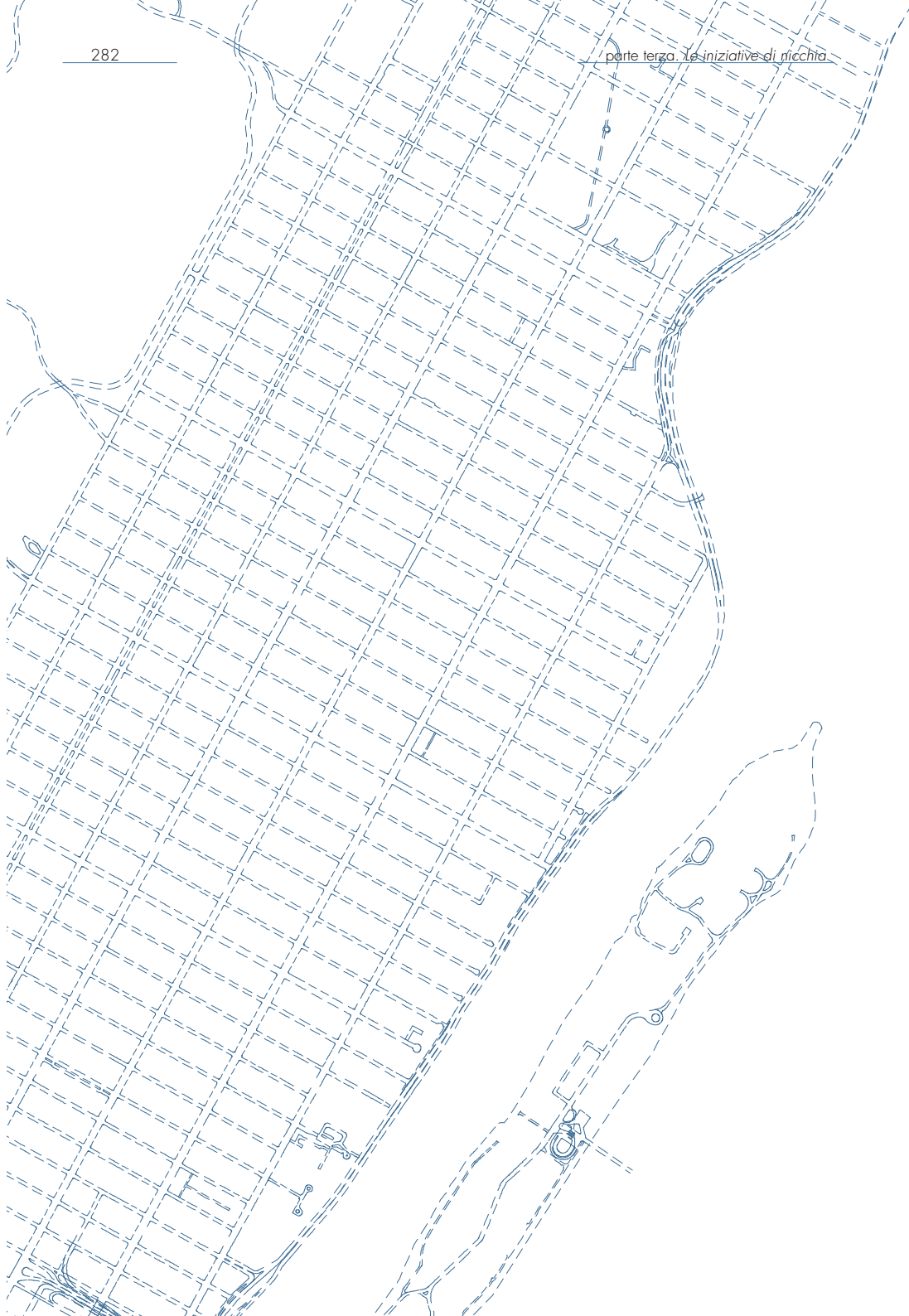
PREMIO:

Belleuropa Award 2007



- Aree umide
- Aree agricole
- Aree boschive
- Cascina La Darsena





BEST PRACTICE:  
**GROW NYC**



Foto: Farmer's Market, Grow NYC, Union Square, New York City, 2012



# Roaming Acres Farm

**All Natural 100% Pasture Raised Pork**

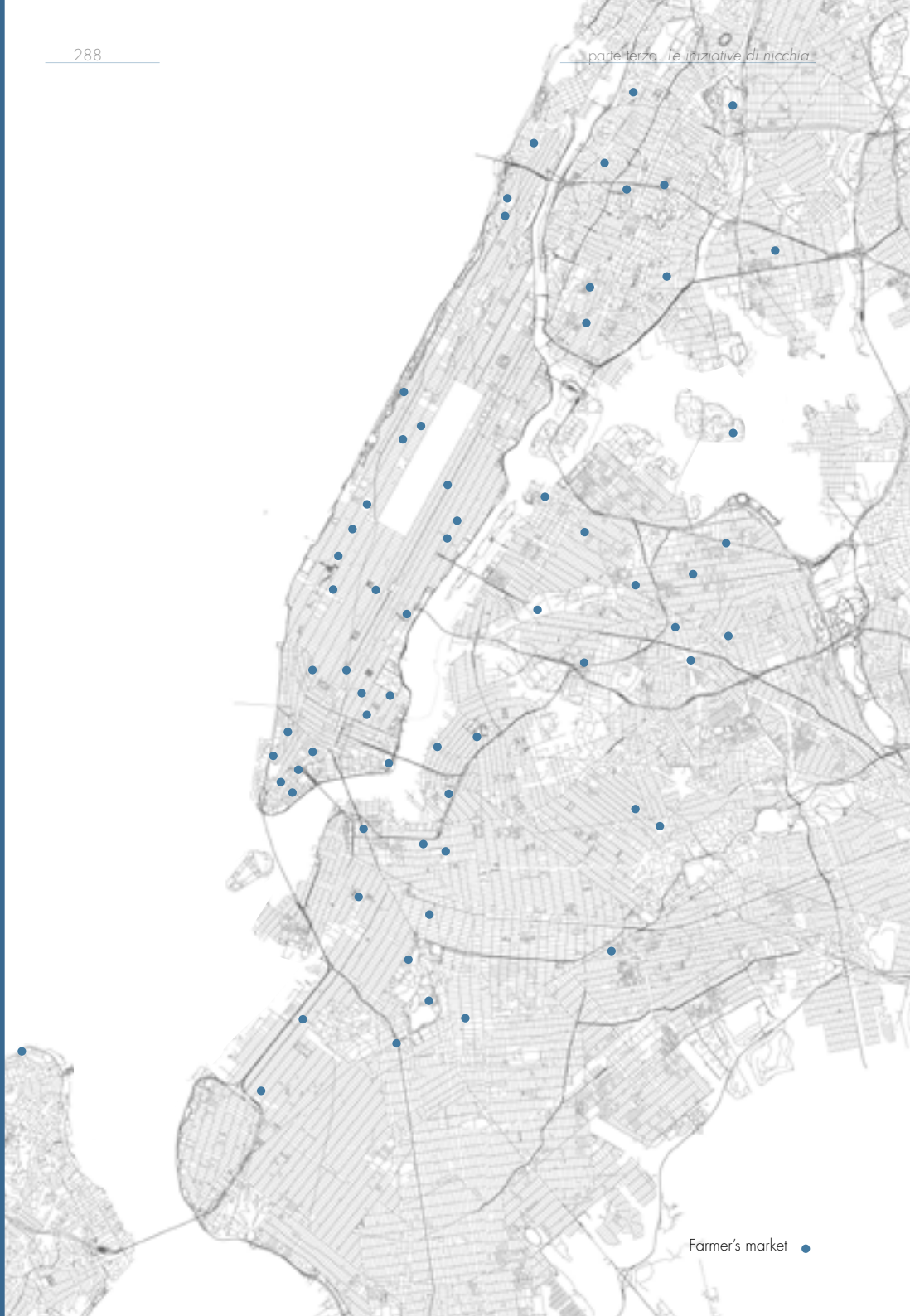
Country Sausage	\$12.99/lb
Spicy Sausage	\$12.99/lb
Apple Sausage	\$12.99/lb
Country Style Sausage	\$12.99/lb
Smoked Pork Sausage	\$12.99/lb
Polish Sausage	\$12.99/lb
French Sausage	\$12.99/lb
Smoked Brat Sausage	\$12.99/lb
Smoked Bacon	\$12.99/lb
Smoked Ham	\$12.99/lb
Smoked Ham	\$12.99/lb
Smoked Ham	\$12.99/lb

- All Natural
- 97% Fat Free
- Red Meat

**ROAMING ACRES**  
**Oste**  
- Free-Range Vegetarian Diet  
Fresh Eggs

**Oste**  
Filets  
Steaks  
Burgers  
Ground  
Jerky  
Ostrich Eggs  
Eggs & More

Foto: Farmer's Market, Grow NYC, Union Square, New York City, 2012



Farmer's market ●

Buy local. Eat better.  
Plant a tree. Recycle.  
Teach a child.  
Use less. Give more.

54  
Greenmarkets

Clienti

2.000.000  
newyorkesi l'anno

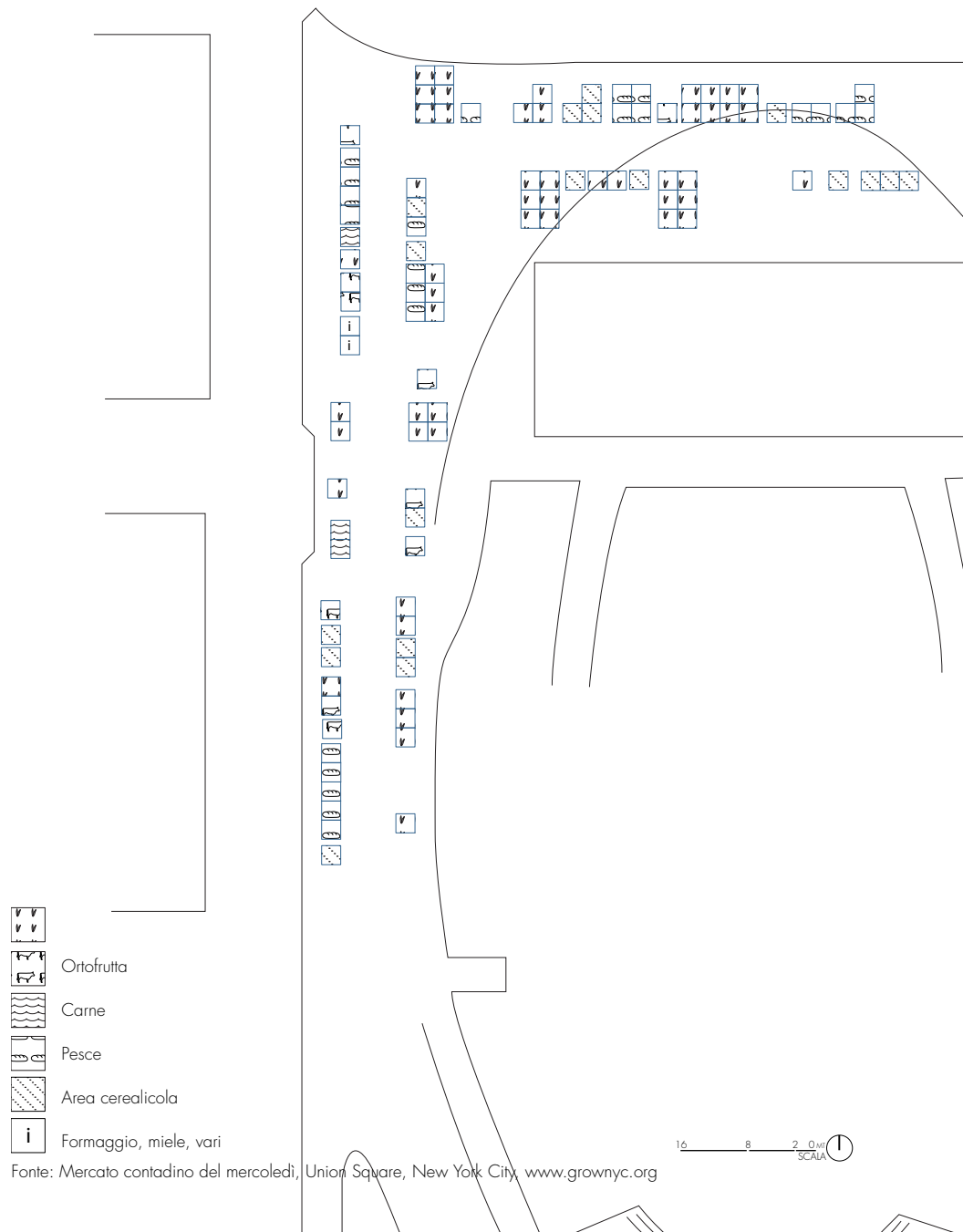
"It is such a privilege to work every day with some of the world's finest agriculture producers and an amazingly dedicated staff. Together we continue the work of transforming open spaces, where neighbors from all backgrounds can smell and taste their way through dynamic centers of community activity."

Michael Hurwitz,  
Director,  
Greenmarket

Che equivale al  
25%  
della popolazione (8.175.133 ab\*)

Aree didattiche

40



Il progetto GrowNYC è nato nel 1970 come Council on the Environment of New York City, inizialmente era un'organizzazione politicizzata che studiava la qualità della vita tramite parametri di qualità dell'aria, traffico e inquinamento acustico.

Durante l'intervista effettuata a Union Square, la responsabile del banco informazioni Grow NYC, Heather Rubi, ci ha fatto presente che la filiera corta per la loro associazione presuppone un raggio di 300 miglia, questo dato è molto importante per capire che il KM 0 è relativo anche al bacino di utenza, un quarto delle popolazioni di New York hanno bisogno di una superficie agricola ben maggiore dei terreni dell'agricoltura periurbana di New York. Gli agricoltori, dal canto loro, non hanno problemi a spostarsi dal New Jersey o dal Massachusset perchè il riscontro economico della vendita diretta è ben maggiore del solo lavoro agricolo.

Gli obiettivi di questa associazione sono molti e si sono moltiplicati nel corso di questi ultimi 40 anni visto il successo riscontrato. In primis **l'educazione**

**alimentare** nelle scuole tramite lezioni mirate sulle questioni di nutrizione, importanza del cibo fresco e di stagione e come ci possano essere relazioni tra l'alimentazione e l'impatto sull'ambiente e su se stessi.

Supportano inoltre **progetti per lo sviluppo delle aziende agricole** tramite prestiti in microcredito, vere e proprie lezioni di "know how" del contadino, assistenza alla vendita e all'impresa, scelta del lotto per iniziare l'attività. Vi è un progetto chiamato **Youth Market** che dal 2006 ha l'obiettivo di supplire alla mancanza di cibo sano tramite lezioni di alimentazione e dimostrazioni di cucina, la particolarità è che dietro tutto ciò vi sono studenti delle scuole superiori e del college educati dallo staff di Grow NYC tramite lezioni e supporto sul campo.

Altro progetto iniziato nel 2009 è la direzione di **Wholesale Greenmarket**, nel Bronx, e il progetto pilota del **riciclo di materiali tessili** nel 2007 che a New York rappresenta il 6% dello scarto totale, così in 8 mercati sono stati posizionati dei banchi rifiuti dove i cittadini possono lasciare i loro rifiuti, il report annua-

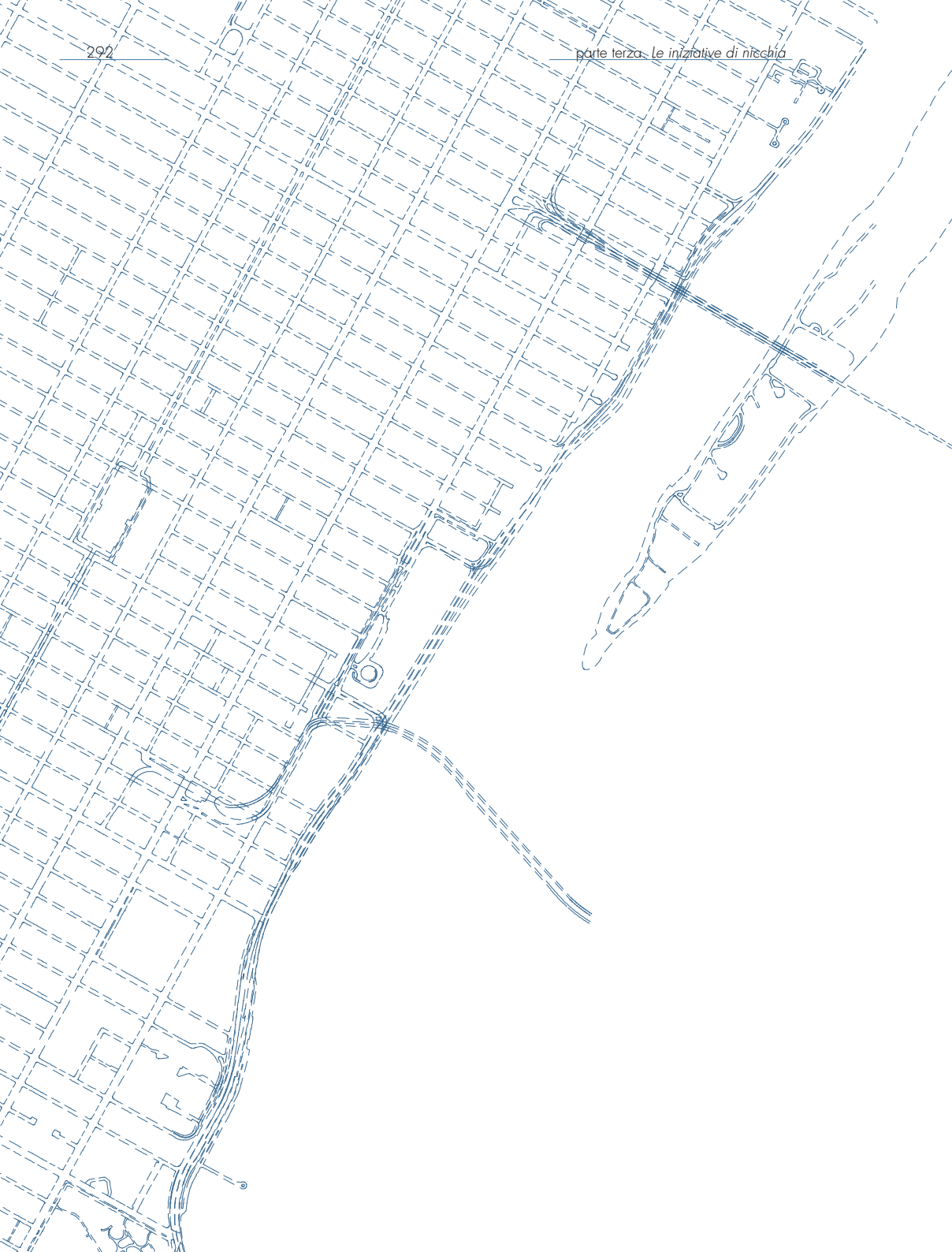
le 2010 stima che sono state raccolte 340 tonnellate di vestiti da 31.000 newyorkesi.

Altra iniziativa è **Grow to Learn: the Citywide School Gardens Initiative** per promuovere la creazione di orti didattici. Oltre ai 3 promossi nelle scuole nel 2010, ci sono altri 6 **orti urbani** promossi dall'associazione.

L'azione fondamentale svolta da GrowNYC è il servizio di assistenza, chiamato **Grow Truck**, ai progetti in corso: dà l'imput per iniziare nuovi progetti, non solo a livello di consulenza ma anche a livello economico, tramite prestiti di qualità di denaro e di attrezzi da lavoro.

Supporta la tecnica agricola del **riciclo delle acque piovane per innaffiare**. Questa tecnica si è molto diffusa nei community garden perchè riduce il consumo di acqua.

Infine il **progetto OASIS**, che ha l'intento di mappare tutti i community garden di New York permette di tenere in rete tutti i singoli episodi e di permettere ai nuovi interessati di capire il giardino più vicino alla propria abitazione.



BEST PRACTICE:  
**GRAND CENTRAL STATION**





# GRAND CENTRAL TERMINAL MARKET

## HOURS

MONDAY THRU FRIDAY

7:00 AM - 9:00 PM

SATURDAY

10:00 AM - 7:00 PM

SUNDAY

10:00 AM - 6:00 PM

NO SMOKING

