

REGIONE PIEMONTE

L.R. 1/2019 - art. 43 bis
Educazione al cibo ed orientamento ai consumi

LINEE GUIDA REGIONALI – SINTESI



A cura di: Regione Piemonte – Direzione agricoltura e cibo
Settore Attuazione programmi relativi ai servizi di sviluppo
Dirigente Vittorio Bosser Peverelli

Coordinamento redazione e sintesi: Tiziana Pia

Fotografie: Sabrina Gazzola, Tiziana Pia - proprietà Regione Piemonte

Introduzione

L'Unione Europea ha messo al centro del suo operato, specie negli ultimi anni, indicazioni precise per l'adozione da parte degli Stati membri di politiche alimentari che tengano conto delle numerose relazioni e sinergie - sociali, ambientali ed economiche - che caratterizzano il "sistema-cibo". Tra queste innanzitutto il **Green Deal Europeo**, con la **strategia "Farm to fork"** in particolare e, naturalmente, la **nuova PAC con i suoi 10 obiettivi**.

La Regione Piemonte, da sempre particolarmente attenta ai temi connessi al cibo che, com'è noto, rappresenta uno dei "fiori all'occhiello" del territorio, ha fatto proprie le istanze internazionali concentrando la propria attenzione, specie nell'ultimo biennio, su una delle molte aree di intervento individuabili nell'ambito del "sistema-cibo": **l'educazione al cibo e l'orientamento ai consumi**. La **Legge Regionale n. 1/2019, "Riordino delle norme in materia di agricoltura e di sviluppo rurale"** contempla infatti l'art. 43 bis **"Educazione al cibo e orientamento ai consumi"**, le cui finalità sono molteplici: dalla promozione del consumo alimentare consapevole, alle azioni di formazione/informazione/educazione sulla qualità del cibo e sulla sostenibilità del sistema produttivo; dalla valorizzazione dell'agricoltura come generatrice di cultura, saperi, tradizioni, al valore del rapporto tra turismo, territorio e cibo e via via, fino alla conoscenza delle implicazioni ambientali, etiche e sociali legate alla filiera del consumo alimentare.

Per dare concreta attuazione all'articolo sono state redatte apposite **Linee Guida regionali**, approvate dalla Giunta regionale in data 5 settembre 2022 con D.G.R. n. 15-5561; le Linee Guida vogliono rappresentare un punto di partenza per coordinare gli interventi regionali che ruotano intorno al cibo, al fine di intervenire in modo sinergico su tutta la filiera dei prodotti alimentari, per collegare nel modo più funzionale possibile chi li produce con chi li trasforma e li vende e con chi li consuma.

Per la loro stesura la Direzione Agricoltura e cibo, in coordinamento con le diverse Direzioni regionali che a vario titolo sono interessate al tema, ha condotto (nel periodo marzo 2021- maggio 2022), un'approfondita ricognizione sul territorio regionale e non solo, sulle buone pratiche e sulle attività correlate alle principali finalità enunciate nell'art. 43 bis. E' stato adottato un approccio intersettoriale e trasversale: infatti, poiché si tratta di un tema che abbraccia non solo il mondo agricolo ma anche molti altri svariati ambiti, si è preferito "allargare lo sguardo" e includere anche argomenti apparentemente non legati all'agricoltura. Si è optato per una metodologia di indagine che ha privilegiato, oltre alle consuete ricerche di tipo bibliografico, il **contatto diretto con i numerosi soggetti** che interagiscono col "sistema cibo": rappresentanti di realtà pubbliche e private operanti nel settore, rappresentanti di Associazioni e Enti del Terzo settore, professori e ricercatori universitari, singoli imprenditori, liberi professionisti, esperti del tema, operanti su tutto il territorio nazionale e, talvolta, all'estero. Un'ottima occasione, oltre che per implementare il lavoro di ricognizione, anche per porre le basi per future co-proiezioni sinergiche, auspicabilmente a livello nazionale e internazionale.

Utilizzando sia i dati emersi dalla ricognizione sul territorio sia gli spunti tratti dai diversi scambi di opinioni, colloqui, interviste è stata delineata una cornice che individua le **Linee Guida regionali** entro cui contenere gli interventi che verranno definiti al fine di attuare una vera e propria **Politica del cibo** in Piemonte, attraverso un **Programma triennale di interventi**.

La struttura della ricerca

Il documento si compone di tre parti: nella **prima parte "Analisi del contesto regionale"**, viene tracciato un quadro di riferimento e svolta una disamina delle esperienze che riguardano il cibo ed i soggetti, regionali e non, ad esso collegati, sia per evidenziare il complesso sistema di interazioni ed intrecci, sia per mettere in luce molte delle esperienze virtuose che negli ultimi anni sono state messe in campo, in diversi settori, da soggetti pubblici e privati. Inoltre è stata utilizzata l'analisi SWOT per mettere in evidenza opportunità e vincoli, punti di forza e di debolezza delle realtà prese in esame

Nella seconda parte **"Proposte di aree di azione integrata"**, traendo spunto principalmente dai risultati dell'analisi SWOT, sono state sviluppate delle proposte di interventi sinergici, pensate con il fine di orientare le componenti del sistema (cioè le azioni previste per i vari settori, gli attori ed i progetti) verso una vera, concreta e duratura politica incentrata sull'educazione al cibo e l'orientamento ai consumi. Sono state analizzate le connessioni esistenti tra le diverse tematiche indagate oltre che alcune ipotesi di sviluppo, implementazione e coordinamento di politiche ed attività già in essere o auspicabili. Nella perimetrazione delle diverse aree di azione integrate, mutuata anche da studi precedentemente realizzati da altre Pubbliche Amministrazioni (Regione Emilia Romagna in primis), si è tenuto conto delle ricadute (spesso sinergiche e altrettanto spesso valorizzate), che si originano dai rapporti tra le diverse componenti. Così, ad esempio, nell'area **"Ambiente, benessere e salute"** sono stati collocati temi quali le produzioni agroalimentari regolamentate, il consumo consapevole, il ruolo della scuola nell'educazione al cibo che, congiuntamente, convergono verso l'obiettivo di coniugare il "buon mangiare", con il "mangiare sano" e il "mangiare sostenibile" in senso lato.

Nella terza ed ultima parte del documento, “**Proposte di governance e piano operativo triennale**”, sono state delineate le direttrici di *governance* regionale necessarie per l’attuazione delle Linee guida; il primo passaggio previsto sarà rappresentato dalla definizione e successiva messa in atto di un Piano Operativo triennale relativo all’educazione alimentare e all’orientamento ai consumi, focalizzato su alcuni programmi e interventi considerati strategici.

1. Analisi del contesto regionale

La prima parte della ricerca ha riguardato i seguenti temi:

- A) “**Cibo e qualità in Regione Piemonte**”: la qualità dei prodotti e le certificazioni, i prodotti certificati piemontesi, le produzioni di qualità non certificata ...
- B) “**Mangiare bene, pulito e sano: qualità, gusto e salute quotidiana**”: la ristorazione collettiva, esempi di best practises
- C) “**L’agricoltura non è “solo” cibo. Territorio, cultura rurale e tradizioni**”: i Musei del gusto e del cibo, gli Ecomusei, i prodotti tipici dei parchi, la promozione del turismo enogastronomico...
- D) “**Educare al cibo e conoscere l’agricoltura: come orientare ai consumi sostenibili**”: gli agriturismi e le Fattorie didattiche, il sistema formativo ed educativo, i network, i progetti, le applicazioni...
- E) “**Comunicare il cibo e l’agricoltura: vecchi e nuovi strumenti per nuove esigenze**”: le attività di comunicazione condotte da svariati soggetti (Regione Piemonte, altri soggetti pubblici, ANCI Piemonte, UNCEM, mondo accademico, blog, Grande Distribuzione Organizzata, Slow Food, Festival del giornalismo alimentare), l’etichettatura come mezzo di comunicazione...
- F) “**Vivere e consumare consapevolmente: spesa alimentare e sostenibilità**”: il rapporto tra cibo e salute, la prevenzione e la lotta allo spreco alimentare, i mercati Contadini, GAS, GAC, commercio (GDO, commercio di vicinato, e-commerce), l’educazione alimentare e la valorizzazione delle produzioni, la valorizzazione della “seconda scelta”, la filiera corta, i prodotti a km zero, i prodotti locali ...
- G) “**Politiche del cibo come strumento di coesione sociale**”: la “coesione sociale” e le sue declinazioni, i Sistemi Agroalimentari Locali, esempi di best practises ...
- H) “**Progettare e finanziare l’agricoltura come produttrice di cibo di qualità e sostenibile**”: siti ufficiali dell’Unione Europea, programmi Europei, progetti Europei ...
- I) **Conclusioni e Analisi swot**

Di seguito vengono passate in rapida rassegna, seguendo l’ordine dell’indice suesposto, alcune tra le più interessanti suggestioni emerse dalla ricerca rimandando, per una lettura più approfondita, al documento integrale.

A) Cibo e qualità in regione Piemonte

Fra i punti di forza del Piemonte sicuramente si possono annoverare i prodotti agricoli di qualità, collocati nel solco di una tradizione che parte da lontano. È proprio questa sinergia fra produzioni agricole, qualità del cibo, territori e ruralità, paesaggio e storia che fanno della regione un luogo in cui la cultura del cibo rappresenta uno dei perni attorno cui ruotano molteplici aspetti, anche economici, della società nel suo complesso. D’altra parte non si tratta di una peculiarità solo piemontese, poiché l’Italia, con i suoi 838 prodotti, è il Paese con il maggior numero di filiere DOP, IGP, STG al mondo.

Il valore complessivo della **produzione certificata DOP e IGP agroalimentare e vinicola** (dati 2019), stimato in 16,9 miliardi di euro, conferma ancora una volta il suo significativo contributo (pari al 19% del totale) al fatturato complessivo del settore agroalimentare nazionale. Il Piemonte, con i suoi 85 prodotti (di cui rispettivamente 26 prodotti alimentari e 59 vini), si pone al terzo posto, dopo Toscana e Veneto, per numero di prodotti registrati. Secondo ISMEA - Qualivita il valore economico dei vini DOP piemontesi è stato pari a 980 milioni di euro, mentre per quanto riguarda le produzioni alimentari il valore ha raggiunto i 337 milioni di euro. Senza dimenticare naturalmente l’importanza delle produzioni biologiche piemontesi.

Oltre ai numerosi prodotti agroalimentari certificati sono da annoverare anche quelli a **qualità non certificata**, cui appartiene il panorama vastissimo della biodiversità alimentare: PAT (Prodotti Agroalimentari Tradizionali), Presidi Slow Food, DeCo (Denominazioni Comunali). Si tratta di referenze agroalimentari che non rientrano nella legislazione di tutela a livello europeo, ma che il Governo italiano ha scelto di tutelare attraverso specifiche normative. Il Piemonte conta numerose referenze appartenenti anche a questa categoria:

- **PAT (Prodotti agroalimentari Tradizionali):** Formaggi: 50; Ortofrutta e cereali: 94; Carni e frattaglie fresche e loro preparazioni: 68 PAT; Paste e dolci: 102 PAT ecc...
- **Presidi Slow Food:** 35 prodotti in totale di cui Latticini e formaggi: 8; Ortaggi e conserve vegetali: 9; Frutta fresca, secca e derivati: 4; Razze animali e allevamento: 4 ecc...
- **De.Co. (Denominazione comunale):** 34 prodotti in totale, di cui la maggioranza appartenenti alla categoria "Paste fresche e prodotti di panetteria, pasticceria, biscotteria e confetteria"

Tra gli altri progetti legati al comparto agroalimentare del territorio è sicuramente da citare quello del **"Paniere dei prodotti tipici della Provincia di Torino"**, marchio creato per valorizzare le produzioni del territorio provinciale torinese, ottenute con metodi artigianali da produttori locali, ponendo particolare attenzione alle materie prime e alla tradizione locale.

La Regione Piemonte opera un'attività di tutela, valorizzazione e promozione delle proprie eccellenze agroalimentari attraverso azioni che mirano in particolare a favorire sia la diffusione dei sistemi di qualità (DOP, IGP, STG, Prodotto di montagna, PAT, SQN, prodotti biologici), sia la tracciabilità e rintracciabilità degli alimenti sia, infine, la tutela e la valorizzazione del paesaggio agrario e rurale (tra cui i territori UNESCO). Tra le ultime iniziative la sottoscrizione (a gennaio 2022) di un Protocollo d'intesa con **U.R.C.PI. (Unione Regionale Cuochi Piemontesi) finalizzato alla promozione e valorizzazione dei prodotti agricoli e agroalimentari locali di qualità**, oltre che alla diffusione della cultura gastronomica regionale.

Inoltre la Regione Piemonte – Direzione Agricoltura e cibo ha realizzato, a partire dal 2011, il **portale Piemonte Agri Qualità**, uno strumento informativo e promozionale, organizzato in sei principali macrosezioni (prodotti, territori, sistemi di qualità, produzioni tipiche, progetti e attività, ricette) che, ancora una volta, ha l'obiettivo di valorizzare i prodotti e le risorse agricole del territorio, il paesaggio, l'ambiente e gli aspetti culturali delle diverse aree del Piemonte.

B) Mangiare bene, pulito e sano: qualità, gusto e salute quotidiana

Un ruolo cruciale nella diffusione dell'educazione alimentare e dell'orientamento ai consumi è quello rivestito dal mondo della **ristorazione collettiva**, che in Italia ha un mercato che vale circa 6,5 miliardi di euro all'anno, per un numero complessivo di pasti che sfiora il miliardo e mezzo di unità e occupa 110.000 addetti. La sua importanza è sottolineata anche dal fatto che sia l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) sia l'UE, alla luce della notevole incidenza delle patologie cronic-degenerative a carattere nutrizionale, abbiano sinergicamente pianificato una politica internazionale per l'adozione di abitudini di vita salutari, focalizzando percorsi educativi specifici legati alla prevenzione delle malattie non trasmissibili.

Inoltre di recente il Ministero dell'Istruzione ha stabilito di investire, nell'ambito delle azioni previste dal PNRR, la cifra di un miliardo di euro per la **realizzazione di 1.000 nuove mense scolastiche**, con particolare attenzione al Sud Italia. Ciò anche alla luce dell'emergenza alimentare scaturita dalla chiusura delle mense durante il periodo pandemico, che ha portato a una crescita esponenziale di disagio e povertà alimentare tra alunni e studenti di ogni ordine e grado. Infatti, secondo un rapporto di Save the Children Italia, è stato calcolato che a causa della pandemia oltre 160.000 bambini in Italia abbiano perso il loro unico pasto completo.

L'**importanza del mangiare in mensa** è ben compreso anche dalle famiglie italiane, che hanno ben chiaro come dovrebbe essere la mensa scolastica del futuro. Secondo un'indagine condotta da Elior – SWG, grandissima attenzione viene data alla **sostenibilità e alla salute**. In particolare, i fattori ritenuti importanti nella **composizione dei menù a scuola** secondo i genitori sono: prodotti di stagione; porzioni adeguate all'età; varietà delle ricette; menù a ridotto impatto ambientale; prodotti a km 0 e biologici ...

La scuola può dunque rivestire un ruolo primario nel guidare il processo di apprendimento alla corretta alimentazione, proponendo al bambino esperienze in grado di favorire l'acquisizione di conoscenze e competenze utili a sviluppare una funzione essenziale: nutrirsi. Funzione che però non deve essere vista solo come un obbligo, ma anche come fonte di soddisfazione. Proporre esperienze gastronomiche "inusuali", che vadano al di là del binomio "pasta in bianco + prosciutto cotto", costruire momenti ludici, di **conoscenza dell'enorme patrimonio costituito dalla cultura alimentare locale** e, infine, di apprendimento di cosa significhi "mangiare bene" può, senza dubbio, costituire uno dei più efficienti mezzi a disposizione della società verso la costruzione di una "coscienza alimentare" delle future generazioni.

Le esperienze che sono state condotte al proposito di quanto finora illustrato sono molto numerose; se ne citano alcune a titolo puramente esemplificativo, rimandando per gli approfondimenti alla lettura del documento integrale.

In Italia sono moltissime le iniziative messe in atto da diversi soggetti, sia pubblici (Ministeri, Enti locali, Pubblica Amministrazione), sia appartenenti al mondo imprenditoriale, come ad esempio fornitori e gestori

dei servizi di ristorazione. Tra queste si citano innanzitutto i programmi del **Mipaaf - “Frutta e verdura nelle scuole” e “Latte nelle scuole”**, entrambi finanziati dall’Unione Europea. I programmi hanno l’obiettivo di rafforzare la dimensione educativa e informativa degli alunni, per incoraggiarli al consumo di ortofrutta, di latte e prodotti derivati, nell’ambito di una dieta equilibrata e variata, conservandone poi l’abitudine per tutta la vita. Sono attività caratterizzate dal forte coinvolgimento, che comprendono anche approfondimenti sui prodotti e su come questi sono realizzati, nonché sui principi della lotta allo spreco alimentare e sul rispetto dell’ambiente. Inoltre sono previste giornate a tema, degustazioni guidate, laboratori sensoriali, visite didattiche in presenza e simulate.

Il Mipaaf, oltre a ciò, per favorire una corretta informazione alla popolazione scolastica sull’agricoltura biologica, ha promosso il **consumo di prodotti biologici e sostenibili nelle mense scolastiche**, definendo i requisiti necessari per qualificare il servizio di refezione quale mensa biologica. Per tradurre e sostenere queste finalità, il Ministero ha messo a disposizione dei fondi per le mense scolastiche biologiche con l’obiettivo di ridurre i costi a carico delle famiglie e realizzare iniziative di informazione e promozione nelle scuole.

A sua volta anche la **Regione Piemonte** ha sottoscritto un accordo di collaborazione con l’Unioncamere Piemonte per attuare sul territorio regionale - nel triennio 2020-2022 - iniziative di informazione e di educazione alimentare in materia di **agricoltura biologica**; tra le attività previste la predisposizione di materiale informativo/educativo ed attività di formazione, sia per le stazioni appaltanti il servizio di ristorazione scolastica, sia per docenti e dirigenti scolastici, anche al fine di incentivare le visite presso le fattorie didattiche.

C) L’Agricoltura non è “solo” cibo. Territorio, cultura rurale e tradizioni

Negli ultimi anni si è assistito alla nascita di una domanda sempre più forte di autenticità, legata alla riscoperta della sostenibilità in tutte le sue declinazioni (ambiente, salute, rapporti sociali) e che chiama in causa l’intera filiera dell’agroalimentare. Si coglie quindi l’esigenza di progettare un “reindirizzamento” del futuro dell’alimentazione, che miri anche al **recupero di un rapporto autentico col mondo agricolo**, vissuto non solo come mera occasione di “svago” domenicale o come “entità” sconosciuta da cui proviene il nostro nutrimento quotidiano, ma come parte integrante della società odierna.

Il Piemonte possiede un grande patrimonio di produzioni agricole di qualità, fortemente connesse con il territorio, la sua storia, la sua identità e naturalmente con le persone che, nel corso del tempo, hanno reso possibile tutto ciò. L’agricoltura ha plasmato il paesaggio rurale e dato origine a tecniche di coltivazione e prodotti, con il loro corollario di saperi immateriali (tradizioni, abitudini, leggende...) e materiali (architetture, strumenti d’uso). Tutto ciò, alle condizioni attuali, può rappresentare sia un fattore di successo imprenditoriale sia un volano culturale, oltre ad essere uno strumento di sviluppo sostenibile, di difesa del territorio, di tutela della biodiversità e di valorizzazione delle attività turistiche, per le aree rurali e anche per quelle urbane. E’ fondamentale però agire per tutelare, difendere, far conoscere e apprezzare tutto questo enorme portato culturale che, in fondo, riguarda ognuno di noi, a prescindere dal nostro stile di vita, dal nostro lavoro o dal luogo in cui viviamo.

Molte sono le realtà, pubbliche e private che, a vario titolo, si sono occupate già da tempo delle tematiche appena citate: di seguito una breve carrellata rimandando, come di consueto, al documento integrale per una lettura più approfondita.

Il territorio piemontese presenta innanzitutto una vasta rete di **musei dedicati al cibo** che offrono sia la possibilità di approfondire la conoscenza dei luoghi sia, in particolare per il sistema scolastico, di attivare laboratori e percorsi didattici. Tra questi, oltre ai 6 i musei tematici dedicati al food (Wi Mu Museo del vino, Museo Carpano, Museo Lavazza ecc...), si annovera anche il **Museo del Gusto di Frossasco (TO)**: situato a pochi chilometri da Torino, consente di conoscere e scoprire prodotti tipici, eccellenze del territorio e non solo. E’ unico in Italia nel suo genere, in quanto è il solo a trattare il gusto in tutti i suoi aspetti e non essere dedicato ad un singolo alimento; proprio per mantenere questa sua unicità, il Museo del Gusto è un marchio registrato sin dalla sua creazione.

Ricchissima anche la presenza sul territorio degli **Ecomusei**, ognuno con le proprie peculiarità che ne fanno un *unicum* territoriale; infatti non esiste l’“Ecomuseo” per antonomasia ma ognuno è concepito e costruito con e sul territorio. Tutti gli Ecomusei sono comunque contraddistinti da specifiche finalità e ambiti operativi che si intersecano, creando importanti sinergie, con il mondo agricolo; tra queste: favorire progetti di sviluppo sostenibile del territorio; favorire attività economiche sostenibili per recuperare attività agrosilvopastorali e artigianali; favorire la conoscenza dei prodotti tipici locali; adottare logiche di rete e processi partecipati, attivando scambi di esperienze e favorendo progetti condivisi.

La Regione Piemonte, prima a livello nazionale, ha riconosciuto il grande valore degli Ecomusei emanando, già nel 1995, la Legge regionale n. 31 "Istituzione di ecomusei del Piemonte" ora abrogata e sostituita dalla Legge regionale n. 13/2018 "Riconoscimento degli ecomusei del Piemonte". Attualmente gli **Ecomusei riconosciuti** dalla Regione Piemonte sono 25 ma ve ne sono altri interessati ad acquisire il riconoscimento. Gli Ecomusei piemontesi riconosciuti sono riuniti nell'**Associazione "Rete degli Ecomusei Piemonte"**, costituita a supporto delle attività di cooperazione degli Ecomusei.

Il territorio regionale piemontese, oltre ad essere ricco di eccellenze enogastronomiche, possiede anche molte **aree naturali protette**. Queste aree, che possono essere scrigni di biodiversità anche a tavola, sono al centro del **progetto "Parchi da gustare"**, ideato e promosso dal Settore Biodiversità e Aree naturali della Regione Piemonte. Avviato nel 2015, con un censimento dei prodotti tipici dei parchi piemontesi e l'individuazione dei cosiddetti "**Prodotti Bandiera**", il progetto ha l'obiettivo di dare maggiore visibilità agli attori economici di ogni territorio a parco, valorizzandone i luoghi, migliorandone l'attrattività, raccontando la loro storia e le loro tradizioni.

Un ruolo molto significativo nella promozione del territorio e nella valorizzazione dei saperi e dei prodotti enogastronomici è rivestito dalle **Pro Loco e dall'Unione Nazionale Pro Loco d'Italia (UNPLI)**; tra le diverse attività condotte se ne citano due tra le più interessanti:

- **"Le Pro loco per la promozione del patrimonio culturale e la valorizzazione sostenibile dei territori"**: con questo progetto sono state definite delle attività finalizzate alla promozione del patrimonio enogastronomico e alla salvaguardia delle tipicità agro-alimentari piemontesi, intese come "identità culturale" e veicolo per una "lettura del territorio" a fini di promozione turistica.
- **Promozione della qualità dei prodotti somministrati durante le sagre**: nel 2017 l'UNPLI ha sottoscritto con la Regione Piemonte un accordo che intende promuovere la qualità dei prodotti somministrati durante feste e sagre, al fine di dare impulso alla sempre maggiore richiesta di qualità delle produzioni, oltre allo sviluppo territoriale e al rispetto e valorizzazione delle tradizioni.

Sul versante del **turismo enogastronomico e della sua promozione** occorre innanzitutto evidenziare come la pandemia da COVID-19 abbia cambiato le modalità di fruizione dei servizi turistici e che, molto probabilmente, questo evento rappresenterà uno spartiacque che modificherà stabilmente il modo di fare turismo. Secondo gli esperti cambieranno le dinamiche di consumo e si svilupperanno nuove esigenze e nuovi bisogni: l'attenzione del turista si concentrerà su fattori come la sicurezza sanitaria e gli operatori del settore si dovranno allineare a quella che sarà, a tutti gli effetti, una nuova domanda. Nonostante il prolungato periodo di crisi il Piemonte ha mantenuto comunque una posizione di eccellenza nella classifica di gradimento dei fruitori: infatti nel 2021 è stata la Regione che ha registrato nelle recensioni online il *sentiment* più elevato nei confronti dell'offerta enogastronomica, davanti a Campania e Alto Adige. Non è infatti un caso se la sesta Conferenza mondiale del turismo enologico, evento promosso da UNWTO, l'organizzazione del turismo delle Nazioni Unite, si terrà proprio in Piemonte nel 2022.

Molte le organizzazioni che in Regione si occupano di far conoscere, valorizzare, diffondere la conoscenza del patrimonio enogastronomico piemontese; tra queste:

- **VisitPiemonte – DMO Piemonte srl**: è la società "in house" della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte; si occupa della valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio, che intende sviluppare secondo un racconto coerente e omogeneo, creando opportunità di sviluppo economico per tutte le diverse aree regionali.
- **Slow Food Travel**: è un progetto che offre ai territori la possibilità di sviluppare le proprie potenzialità come destinazione gastronomica di qualità, proponendo ai turisti un nuovo modello di viaggio, fatto di incontri e scambi con gli agricoltori, gli altri produttori del territorio e i cuochi che diventano delle guide speciali alla scoperta delle tradizioni locali.

D) Educare al cibo e conoscere l'agricoltura: come orientare ai consumi sostenibili

La scuola è il luogo privilegiato per realizzare azioni di promozione della salute, il posto dove trasmettere alle nuove generazioni la conoscenza, stimolare l'acquisizione e lo sviluppo di stili di vita corretti, attivare abitudini alimentari sane e sostenibili. Gli **agriturismi e le Fattorie didattiche** possono integrare (e anzi amplificare) il lavoro educativo svolto dalla scuola, portando gli studenti di ogni età (e non solo) direttamente a "toccare con mano" cosa significhi produrre il cibo e come sia possibile, oltre che molto gratificante, nutrirsi in maniera consapevole e sana.

Le **aziende agrituristiche autorizzate attualmente presenti in Piemonte sono 1.316** (dati 2018), di cui i due terzi localizzate in zone collinari, poco meno di un quinto in montagna e la restante parte in pianura. Cuneo è la provincia che conta il maggior numero di agriturismi (poco meno di un terzo del totale) e, a seguire, Torino, Asti e Alessandria.

Il recente **riordino complessivo della normativa regionale piemontese in ambito agricolo** si pone anche l'obiettivo di **promuovere e disciplinare l'agriturismo, l'ospitalità rurale familiare** e le attività didattiche, al fine di favorire lo sviluppo e il riequilibrio del territorio agricolo, agevolare la permanenza dei produttori nelle zone rurali, valorizzare e promuovere i prodotti locali tipici e quelli provenienti da coltivazioni biologiche e da agricoltura integrata, tutelare le tradizioni e le iniziative culturali del mondo rurale e favorire i rapporti tra città e campagna.

Altro capitolo importante è rappresentato dalle **Fattorie didattiche**, molto presenti in Piemonte; la Regione Piemonte, al fine di individuare le aziende agricole idonee ad esercitare questa attività, ha istituito, fin dal 2009, l' **Elenco regionale delle fattorie didattiche** che, a fine 2020, contava 276 Fattorie didattiche accreditate, corrispondenti a un quinto del totale degli agriturismi. Pur essendo presenti su tutto il territorio regionale, sono più numerose nel torinese (27%), nell'alessandrino (20%) e nell'astigiano (17%). All'Elenco possono iscriversi solo le aziende agricole che sottoscrivono una specifica "**Carta degli impegni e della qualità**", che stabilisce precisi requisiti relativi alla sicurezza, alle norme igienico-sanitarie, agli obblighi di formazione degli operatori e al concreto svolgersi dell'attività didattica nei suoi aspetti logistici, di accoglienza e di percorsi formativi.

Anche il **sistema formativo ed educativo** sta attrezzandosi per preparare i cittadini e professionisti del domani ad affrontare il futuro dello sviluppo rurale e agroalimentare, che sarà improntato ai criteri di sostenibilità sociale, ambientale ed economica. Infatti è evidente che non sarà più possibile restare competitivi ed innovativi senza investire nelle risorse umane, cioè sulla formazione e sulla ricerca, che sono alla base delle nuove economie della conoscenza. A tal proposito si cita ad esempio il Ministero dell'Ambiente che, nel marzo 2017, ha varato la **Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile**, (aggiornata a giugno 2022), comprendente un'area specifica dedicata all'educazione; tra gli obiettivi quello di assicurare "*percorsi interdisciplinari e partecipativi orientati a diffondere conoscenze, competenze e stili di vita orientati allo sviluppo sostenibile*".

Analogamente la **Regione Piemonte** ha presentato, nel giugno 2021, la prima bozza della propria **Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SRSvS)**; nel documento è compresa anche la Macroarea Strategica "*Sostenere la qualificazione professionale e le nuove professionalità per la green economy e lo sviluppo sostenibile*" che ha tra le sue finalità "*contribuire allo sviluppo sostenibile del Piemonte attraverso la ri-qualificazione del sistema socio-economico e produttivo, anche intervenendo sul rapporto con i sistemi dell'istruzione e della formazione professionale, e sui sistemi della cultura, intesi come parti fondamentali per il rinnovamento economico-sociale, culturale e di competenza del Piemonte.*"

Per quanto riguarda il mondo scolastico in generale è emerso come l'**educazione alimentare**, pur potendosi annoverare diverse iniziative interessanti, non sia stata (almeno finora) oggetto di percorsi consolidati, organici e pienamente dispiegati nel tempo. Le diverse esperienze hanno però trovato un luogo privilegiato di discussione nell'ambito del **Forum della scuola del Piemonte**, che raggruppa 24 Associazioni di insegnanti e che funge, tra l'altro, come luogo di condivisione delle esperienze maturate dalle Scuole piemontesi su questa ed altre tematiche. Tra le iniziative più interessanti curate dal Forum, (in collaborazione anche con la Regione Piemonte) si ricorda l'appuntamento annuale della "**Conferenza regionale della scuola**".

A livello nazionale solo di recente (novembre 2021) il Ministero dell'Istruzione ha formalmente adottato il **Piano "RiGenerazione Scuola"** attuativo degli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU, che entra pertanto a far parte dell'offerta formativa delle istituzioni scolastiche. Il Piano è stato pensato per accompagnare le scuole nella transizione ecologica e culturale e nell'attuazione dei percorsi di educazione allo sviluppo sostenibile previsti dall'insegnamento dell'educazione civica. Inoltre intende valorizzare, mettere a sistema ed implementare i progetti e le attività già in essere nelle scuole e offrire un vasto repertorio di strumenti e di risorse, che le scuole potranno utilizzare per sviluppare le progettualità sui temi collegati allo sviluppo sostenibile.

La Regione Piemonte, per il tramite delle sue diverse Direzioni, ha operato su vari aspetti, stringendo accordi di collaborazione, Protocolli d'intesa, elaborando strategie, destinando risorse a progetti; di seguito un breve elenco rimandando, per una lettura più approfondita, al documento integrale:

- Protocollo d'Intesa "**La Regione Piemonte per la Green Education**"
- "**Strategia regionale per la promozione della salute**"
- Bando "**Contributi per formazione docenti su educazione civica e didattica digitale integrata**"
- Accordi di collaborazione con Istituti Agrari e Dipartimenti di Agraria dell'Università di Torino

Tra i diversi progetti nati dalle Amministrazioni locali si cita ad esempio "**Mercato elementare: l'agricoltura locale fa educazione alimentare ai bambini e alle loro famiglie**", attuato dal **Comune di Torre Pellice** e

finanziato dal GAL Escarton delle Valli Valdesi, che ha come obiettivi prioritari l'educazione alimentare e l'orientamento verso il consumo dei prodotti locali, naturali, biologici ed etici, oltre che il recupero dalle mense scolastiche dei pasti non usufruiti che vengono poi destinati ai cittadini bisognosi.

E) Comunicare il cibo e l'agricoltura: vecchi e nuovi strumenti per nuove esigenze

Lavorare per l'educazione alimentare rappresenta una tra le principali sfide da affrontare per attuare la transizione verso sistemi alimentari sostenibili, un uso più consapevole delle risorse, un approccio resiliente al consumo di cibo sano, nutriente, territoriale e accessibile per tutti. Anche a livello educativo-comunicativo si possono costruire filiere funzionali, lavorando su una corretta comunicazione: infatti, non a caso, il nuovo approccio comunitario contempla - per la prima volta - il concetto di "cultura della sicurezza alimentare", proprio per arginare questi fenomeni di "infodemia" distorta.

Il panorama di quanti, a vario titolo, si occupano di comunicazione ed informazione sul tema "cibo" è molto ampio e articolato; soprattutto per quanto riguarda la comunicazione digitale, è piuttosto complesso riuscire a delineare in modo compiuto un quadro in continua evoluzione. I dati raccolti nel documento illustrano una situazione vivace e particolarmente interessante. **Di seguito una breve carrellata rimandando, come di consueto, al documento integrale per una lettura più approfondita.**

La **Regione Piemonte** si occupa di comunicazione tramite molte delle sue Direzioni: "Sanità e welfare" (corretta nutrizione e coesione sociale), "Istruzione, formazione e lavoro" (aspetti educativi), "Ambiente, energia e territorio" (rapporto tra cibo e ambiente), "Cultura e commercio" (rapporti tra cibo e cultura del territorio). Infine la Direzione "Agricoltura e cibo", con i Settori "Valorizzazione del sistema agroalimentare e tutela della qualità" e "Programmazione e coordinamento sviluppo rurale e agricoltura sostenibile", al cui interno è incardinato il Piano di Comunicazione del PSR. Inoltre la Direzione "Agricoltura e cibo" ha competenze su "Valorizzazione e promozione delle produzioni agroalimentari" e su "Iniziative e campagne di educazione alimentare e di informazione dei consumatori".

Tra le realizzazioni più interessanti dell'Ente il Progetto "**Una Buona Occasione**", dedicato alla **prevenzione degli sprechi alimentari a livello domestico**. L'originalità del progetto, in capo all'Assessorato Agricoltura e cibo dal febbraio 2022, sta nella novità dell'approccio al tema della lotta agli sprechi alimentari: infatti normalmente ci si concentra sulle attività di gestione delle eccedenze alimentari che si generano nella filiera alimentare e alla successiva redistribuzione alle persone in difficoltà, grazie all'operato delle "Banche del cibo" o di altri enti caritativi.

Inoltre la Regione Piemonte vanta un panorama di prodotti di informazione ed editoriali piuttosto ampio: si va da **Piemonte Informa**, l'Agenzia quotidiana di informazione sulle attività della Giunta regionale, a riviste specialistiche come **Piemonte Parchi**, a **portali specializzati e news letter**, fino a volumi e monografie dedicati a svariate tematiche, tra cui numerose quelle sottese al mondo del settore agricolo ed agroalimentare.

Tra gli altri soggetti pubblici che si occupano attivamente di comunicazione e di ricerca sul sistema-cibo è interessante citare l'esperienza dell'**Atlante del cibo di Torino Città metropolitana**. L'Atlante è, in sintesi, un progetto interateneo di ricerca-azione, nato dalla sinergia tra l'Università degli Studi di Torino, il Politecnico di Torino, l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo e la Camera di Commercio di Torino. Inoltre ne fanno parte Città metropolitana di Torino, Comune di Torino, Urban Lab e Ires Piemonte. L'Atlante analizza, mappa e comunica il sistema del cibo proponendosi come strumento partecipato e inclusivo d'indagine e, allo stesso tempo, di progetto a sostegno delle future politiche del cibo del territorio. I dati raccolti sono elaborati e organizzati nel Rapporto che l'Atlante presenta con cadenza annuale.

La **Grande Distribuzione Organizzata** gioca un ruolo primario anche sul fronte della comunicazione: le catene della GDO sono tutte dotate di una serie, molto nutrita, di mezzi di comunicazione, principalmente rivolti ai consumatori. Questi, oltre a fungere da cassa di risonanza delle offerte commerciali, servono anche per veicolare altre informazioni: infatti le insegne si sono indirizzate via via verso politiche ed azioni che, almeno sulla carta, vanno nella direzione di una maggiore sensibilità verso i temi all'ordine del giorno.

Le iniziative di comunicazione di **Slow Food** sono innumerevoli e indirizzate a tutelare la biodiversità, costruire relazioni tra produttori e consumatori, migliorare la consapevolezza sul sistema che regola la produzione alimentare. Per quanto concerne le svariate attività indirizzate verso l'educazione alimentare e l'orientamento ai consumi (ma anche di coinvolgimento attivo del pubblico e di educazione) se ne citano alcune tra le molte: **Progetto Orto in Condotta** (realizzazione di orti didattici); **Comunità Educative** (progettualità di educazione alimentare nelle scuole superiori); **Laboratori di educazione alimentare** (per sensibilizzare i cittadini ad una spesa e una cucina più sostenibili); **Appuntamenti di Formazione** (progetto "Slow Food in Azione"); **Mercati della Terra** (forme di distribuzione nate per creare un **punto di contatto fra**

domanda e offerta di prodotti buoni puliti e giusti).

Il Festival del Giornalismo Alimentare, nato a Torino nel 2016, è una presenza unica nel panorama della comunicazione e dell'informazione. Il principale obiettivo è di unire tutti gli innumerevoli mondi che gravitano intorno al cibo e di raccontarli, in un modo diretto, semplice e attento, grazie alla presenza di esperti di settore, di alimentaristi, di aziende, di Associazioni, di semplici cittadini interessati e, soprattutto, di giornalisti, blogger e comunicatori.

L'etichettatura dei prodotti può essere vista essa stessa come potente **mezzo di comunicazione**, visto il suo ruolo di interfaccia principale tra l'alimento confezionato e l'acquirente. Oltre alle etichette obbligatorie per legge anche le etichette "non cogenti" rivestono primaria importanza, riportando messaggi e informazioni specifiche legate a determinate caratteristiche nutrizionali del prodotto, al suo contributo (più o meno esplicito) alla sostenibilità ambientale, alle sue caratteristiche di eticità ecc... Si riportano alcuni esempi, tra i molti presenti sul mercato, reperibili anche nel commercio piemontese:

- **Too Good To Go**: l'app dedicata alla lotta allo spreco di cibo, nel 2021 ha lanciato, insieme ai principali players dell'agroalimentare e della distribuzione commerciale, l'iniziativa dell'"Etichetta consapevole", per sensibilizzare i consumatori verso la corretta interpretazione delle date di scadenza dei prodotti
- **Slow Food**: oltre all'etichetta dei prodotti Dieta "Caporalato free", l'Associazione ha lanciato le "Etichette narranti" che riportano, accanto alle indicazioni previste dalla legge, informazioni precise sui produttori, sulle loro aziende, sulle varietà vegetali o le razze animali impiegate, sulle tecniche di coltivazione, allevamento e lavorazione, sul benessere animale, sui territori di provenienza...
- **Etichette di impatto ambientale**: le etichette pensate per comunicare l'impatto ambientale degli alimenti potrebbero essere in grado di orientare le scelte dei consumatori, ma non sempre è chiaro quali siano i prodotti che danneggiano maggiormente il pianeta. L'esigenza di questa etichettatura è molto sentita dai consumatori che, normalmente, dichiarano di non conoscere davvero l'impatto ambientale di quello che mangiano.

F) Vivere e consumare consapevolmente: spesa alimentare e sostenibilità

Il cibo è un tema assolutamente centrale nel panorama sociale, economico, ambientale, storico, culturale dell'Umanità: è quindi del tutto lecito vederlo come un *fil rouge* che lega tra loro tutti e 17 gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Le istituzioni nazionali e internazionali hanno tracciato da tempo un percorso teorico preciso per raggiungere gli obiettivi previsti: ora non resta che metterlo in pratica con gli strumenti già previsti, quali il Next generation EU e il PNRR. Secondo l'Osservatorio Food Sustainability del Politecnico di Milano le **principali direzioni di intervento da seguire verso la trasformazione sostenibile del sistema agroalimentare** sono: gestione e prevenzione delle eccedenze alimentari; ruolo del packaging; inclusione degli operatori più deboli; prossimità informativa e relazionale.

Anche i consumatori italiani la pensano così: per il 58% la sostenibilità è un aspetto importante negli acquisti, al pari della qualità del prodotto; aumenta anche l'attenzione personale ad evitare gli sprechi e i prodotti con packaging ridondanti, a consumare meno carne e latticini, individuando come elementi critici nel settore alimentare l'allevamento, il packaging e il suo smaltimento. E sebbene il 51% ritenga che le aziende non stanno facendo abbastanza, il 55% è disposto a pagare di più per proposte etiche e sostenibili.

Le iniziative condotte sui temi citati dai diversi stakeholder sono numerosissime; come di consueto, anche a causa dell'esiguo spazio a disposizione in questa sintesi, se ne citano alcune, rimandando alla lettura del documento integrale per gli approfondimenti.

Tra le iniziative di ricerca e sensibilizzazione sul tema della **prevenzione dello spreco alimentare** condotte a livello nazionale si cita quella in corso a cura di **ANCI e MITE**, finalizzata all'implementazione e allo sviluppo di azioni a supporto dei Comuni per favorire, stimolare e facilitare misure ed iniziative per la prevenzione e la riduzione degli sprechi alimentari. Le attività sono articolate in 4 principali Linee di Azione e suddivise in 10 sub-Azioni; tra queste: **Prevenzione degli sprechi alimentari nella ristorazione scolastica; Prevenzione degli sprechi alimentari nella ristorazione commerciale; Realizzazione di quaderni operativi.**

La **Regione Piemonte**, nel febbraio 2022 ha lanciato l'iniziativa "**Ciapa e porta a cà! Porta a casa il gusto autentico del Piemonte**". Il progetto ha lo scopo di sensibilizzare i consumatori sull'impatto positivo che la pratica di portare a casa il cibo e il vino non consumato nei ristoranti può avere, sia sul portafoglio sia sull'ambiente. Inoltre c'è l'intento di sviluppare una maggiore coscienza del consumatore rispetto al valore, culturale oltre che organolettico e sensoriale, degli alimenti di qualità prodotti sul territorio regionale.

Tra le iniziative sorte nel tempo anche in Piemonte che hanno, tra l'altro, il vantaggio di favorire un **rapporto**

diretto tra i produttori e i consumatori, lavorando anche su una maggiore consapevolezza d'acquisto, sono da citare diverse esperienze, che possono essere genericamente indicate sotto l'etichetta di **SAL, cioè di Sistemi Agroalimentari Locali**. Queste prevedono l'adozione di forme e canali distributivi alternativi a quelli usuali, come ad esempio i **farmers' markets (mercati contadini)**, le **Comunità di supporto all'agricoltura (CSA)**, i **Gruppi d'Acquisto Solidale (GAS)**, i **Gruppi d'Acquisto collettivo (GAC)**, la **vendita diretta in azienda ...**

Il mondo del commercio, soprattutto la GDO, ha avviato da tempo diverse iniziative riguardo alla sostenibilità in senso lato, anche tenendo conto delle tendenze e delle prospettive del settore, ben identificate da numerosi studi: ad esempio la sempre maggiore attenzione dei consumatori verso prodotti sostenibili dal punto di vista sociale ed ambientale li porta a preferire quelli in confezioni "eco-friendly".

Nel comparto GDO molte catene di supermercati promuovono **progetti per informare ed educare** su quali siano i cibi che rientrano in una dieta equilibrata, che migliori la salute e l'armonia fisica, per una scelta alimentare consapevole ed informata. Anche per quanto riguarda la **lotta allo spreco alimentare** si possono segnalare molte interessanti iniziative che si focalizzano su alcuni aspetti: **valorizzazione della "seconda scelta"** (vendita a prezzi ribassati di ortofrutta "brutta"); **valorizzazione dei prodotti in scadenza** (vendita a prezzi ribassati di prodotti vicini al termine di scadenza, ma ancora perfettamente edibili); **trasformazione delle eccedenze alimentari** (per esempio prodotti ortofrutticoli trasformati in succhi e conserve); **donazione delle eccedenze a fini solidaristici** (accordi con Terzo settore per il recupero e la redistribuzione).

Importante anche il contributo che il commercio può dare nella **valorizzazione delle produzioni locali**: un certo numero di realtà commerciali, grandi e piccole, sono infatti attente alla scelta e alla messa in vendita di prodotti provenienti dal territorio. L'acquisto di prodotti locali consente ai consumatori di accedere a cibo di alta qualità, sicuro e ad un prezzo giusto, ma anche di poterlo conservare e utilizzare per periodi più lunghi. Ciò comporta, tra l'altro, una riduzione dello spreco alimentare e, di conseguenza, la prevenzione (o quanto meno il contenimento) degli impatti (sociali, ambientali, economici) legati al fenomeno.

Infine, grande attenzione è data anche al tema del **packaging "sostenibile"**, cioè concepito in modo da creare il minor impatto ambientale possibile. Questa attenzione si rileva, oltre che nel comparto commerciale, anche in alcune tra le industrie agroalimentari più sensibili; ad esempio: **NaturaSi - Oltre le confezioni**; **Pedon/Favini - CRUSH Fagiolo**; **Gruppo Colussi - pasta Agnesi**.

G) Le politiche del cibo come strumento di coesione sociale

Il valore del cibo all'interno del tessuto sociale non si esplica meramente solo come apporto di nutrienti indispensabili per la vita, ma riveste un ruolo preminente in moltissime manifestazioni della comunità umana. Il cibo è un importante fattore di aggregazione sociale, di rituale laico e di appartenenza al gruppo, diventando fattore generatore di tutta una serie di relazioni all'interno del consorzio umano e tra l'uomo e l'ambiente. Quindi è lecito l'assunto "Cibo = Strumento di coesione sociale". Negli ultimi anni in Piemonte, così come in molti Paesi europei, si sta registrando un gran fermento per quanto riguarda l'innovazione sociale, fenomeno riconosciuto anche in ambito internazionale: pertanto l'Unione Europea ha scelto Torino come **unica sede italiana** per sviluppare un **Centro di Competenza per l'innovazione sociale**, mentre **Ashoka**, la più grande community al mondo di imprenditori sociali, ha scelto le Officine Grandi Riparazioni come location per il Summit annuale del proprio network.

Dei Sistemi Agroalimentari Locali come fattore di relazione tra produttori e consumatori (e quindi anche di coesione sociale) si è fatto cenno in precedenza; si citano qui altri interessanti esempi, provenienti in massima parte da realtà extraregionali:

- **Comunità del cibo:** nate spontaneamente in Toscana e riconosciute dalla L. 194/2015 "Disposizioni per la tutela e la valorizzazione della biodiversità di interesse agricolo e alimentare". Si tratta di *"ambiti locali derivanti da accordi tra agricoltori locali, agricoltori e allevatori custodi, gruppi di acquisto solidale, istituti scolastici e universitari, ecc...."* che hanno come finalità quella di tutelare e valorizzare le risorse genetiche locali, attraverso, ad esempio, lo sviluppo di filiere corte, la definizione di accordi commerciali, lo studio del germoplasma locale, la condivisione dei saperi locali e il coinvolgimento della cittadinanza.
- **Cooperative di comunità:** *"Si tratta di una recente evoluzione della forma cooperativa nel contesto italiano che definisce un nuovo approccio allo sviluppo locale, con la partecipazione attiva della popolazione per rivitalizzare risorse, economie e culture locali."* E' dunque una sorta di ibrido tra un classico modello d'impresa e le dinamiche di partecipazione politica e sociale dal basso.

Anche la **Regione Piemonte** ha di recente approvato la Legge regionale n. 13/2021 "Disposizioni in materia di cooperative di comunità", con cui si riconosce e promuove questo tipo di forma associativa, evidenziando

il ruolo strategico che questa tipologia di impresa può svolgere per lo sviluppo locale, soprattutto nelle aree più fragili.

Diverse sono le **esperienze imprenditoriali**, spesso in nuce, sorte nel contesto italiano ed europeo, che possono costituire un interessante contesto di analisi e sperimentazione, anche in chiave di governance sperimentali. Ne è un esempio **Torino Social Impact**, che vede Torino come prima città italiana a dotarsi di una strategia di sviluppo locale basata sulla **costruzione di un ecosistema di imprenditorialità sociale, tramite un'alleanza tra istituzioni pubbliche e private**. Si ricordano inoltre, rimandando al documento integrale, sia le numerosissime iniziative nate dalla Pubblica amministrazione e dal Terzo settore per il **contrasto allo spreco alimentare** e il conseguente **sostegno alle fasce di popolazione più deboli**, sia le iniziative che vedono nell'agricoltura un potente mezzo di **riscatto sociale e di inclusione**.

H) Progettare e finanziare l'agricoltura come produttrice di cibo di qualità e sostenibile

Le politiche regionali nel settore agroalimentare sono strettamente connesse con quanto l'Unione Europea regola e stabilisce nell'ambito dell'agricoltura, della sicurezza alimentare e della difesa dei consumatori. Risulta oltremodo evidente che tutte le iniziative territoriali, riferite ai temi oggetto della relazione, debbano quindi prendere in considerazione quanto già in essere a livello Comunitario. Per questa ragione si è ritenuto opportuno includere alcuni cenni ed informazioni in merito ed organizzare il capitolo in 3 ambiti di interesse. Il capitolo, cui si rimanda per gli approfondimenti, propone inoltre un ultimo punto con un breve elenco esemplificativo di alcuni progetti specifici, non esaustivo ma solo indicativo di utilizzo dei principali Programmi Europei.

I) Conclusioni e analisi SWOT

In sintesi, la disamina effettuata, pur non avendo avuto la presunzione di intercettare tutte le numerosissime componenti che animano il "sistema-cibo", ha consentito di scattare un'interessante fotografia dell'attuale "Stato dell'arte" in Piemonte, evidenziando le componenti del classico **schema di analisi SWOT** (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) (figura n. 1). Nello schema sono stati sintetizzati i risultati dell'analisi; per il dettaglio si rimanda alla consultazione del documento integrale.



figura n. 1

2. Proposte di aree di azione integrata

In questa seconda parte del documento, come già detto, sono state analizzate le connessioni esistenti tra le diverse tematiche sottese al "food system", oltre che formulate alcune ipotesi di sviluppo, implementazione e coordinamento di politiche ed attività, già in essere o ritenute strategiche nel medio periodo. Inoltre sono state fatte delle brevi riflessioni relativamente al **ruolo concreto del soggetto pubblico**; i numerosi studi condotti sul tema suggeriscono che l'Amministrazione pubblica debba lavorare in particolare per: costruire condizioni per favorire la **diffusione dell'innovazione e orientare le risorse finanziarie**; **irrobustire il profilo progettuale e di capacità di management** della società; **favorire occasioni di patrimonializzazione per le comunità**. In particolare, parlando di innovazione riguardo al tema del cibo, tra gli **ambiti** che potrebbero essere **oggetto di innovazione** si citano: **co-produzione dei servizi**: utenti come erogatori del servizio nei quartieri difficili delle città; **servizi ambientali ed energie rinnovabili**: contrasto ai rischi ambientali e cura del paesaggio; **sostegno alla nascita e al consolidamento di imprese di comunità** in campo culturale, creativo, sociale, educativo; **agricoltura urbana e periurbana, filiera corta**.

Le aree di azione integrata individuate sono le seguenti: A) Paesaggi umani ed agro-sistemi; B) Gestione sostenibile delle risorse; C) Ambiente, benessere e salute; D) Resilienza e Sostenibilità urbana; D) Economia circolare e green economy.

Nell'ambito di ciascuna delle aree di azione integrata individuate sono state ipotizzate delle azioni, differenziate a seconda dei target di destinatari di riferimento, su cui riflettere durante le fasi di ideazione, progettazione e definizione delle attività che entreranno a far parte del Programma triennale di interventi sull'Educazione al cibo e l'orientamento ai consumi; **per maggiori informazioni si invita, come di consueto, alla lettura del documento integrale**.

3. Proposte di governance e piano operativo triennale

Per l'attuazione delle Linee guida, la Giunta Regionale programma ed attua, con proprio atto, un Piano Operativo relativo all'educazione alimentare e all'orientamento ai consumi. Il Piano Operativo ha valenza triennale ed individua le linee d'azione e gli interventi prioritari finalizzati all'attuazione degli obiettivi individuati e delle strategie evidenziate dalle Linee Guida regionali. A supporto e per ottimizzare il coordinamento del Piano Operativo sarà costituito dalla Giunta regionale un tavolo di coordinamento interdirezionale, che comprenderà uno o più rappresentanti dei Settori regionali coinvolti nelle politiche del cibo. Le linee d'azione del Piano Operativo dovranno essere oggetto di coordinamento del tavolo regionale.

Conclusioni

Gli Enti locali, all'interno di una visione strategica del proprio territorio, devono necessariamente ricomprendere il tema dell'educazione al cibo e l'orientamento ai consumi: è loro compito infatti svolgere la funzione di indirizzo, in modo che si possano produrre davvero risultati di processo nel medio-lungo periodo. E' imprescindibile, inoltre, riannodare il **legame tra politiche locali e accesso al cibo**, da troppo tempo relegato a favore delle logiche di economia di scala della produzione e della grande distribuzione, entità sostanzialmente slegate dai territori. In questo legame sta il cuore della relazione tra cibo, cittadinanza, territorio ed educazione, con quest'ultima chiamata a giocare il ruolo di collante per accompagnare il cambiamento verso sistemi alimentari più sostenibili e abitudini di consumo più consapevoli.

Dunque, secondo quanto emerso dalla ricerca, le **parole d'ordine** sono: **cooperazione, coprogettazione, coordinamento, sia dentro l'Ente Regione Piemonte sia fuori dall'Ente, in rapporto sinergico e continuativo con gli stakeholder**. In altre parole la *conditio sine qua non* affinché le progettazioni, le attività, le collaborazioni abbiano successo è la presenza, attiva, partecipe, consapevole, titolata dell'Ente pubblico.

Il Programma triennale di interventi sull'educazione al cibo e l'orientamento ai consumi della Regione Piemonte, sarà dunque lo strumento operativo con cui mettere a fuoco le azioni concrete nei prossimi anni, sia per perseguire gli obiettivi strategici individuati a livello internazionale sia per venire incontro alle esigenze e ai *desiderata* del territorio, degli imprenditori, dei consumatori, della società nella sua interezza.