

***Educazione al cibo ed orientamento ai consumi***

**Piano operativo triennale 2023-2025**

Premessa: il presente Piano operativo triennale 2023-2025 sull'Educazione al cibo e l'orientamento ai consumi di Regione Piemonte prende avvio dalle indicazioni contenute nelle *Linee guida regionali* approvate con D.G.R. n. 15 – 5561 del 5 settembre 2022.

Il Piano operativo si prefigge dei macro obiettivi, da perseguire con azioni mirate da coordinare con i diversi Settori regionali e con i soggetti esterni, pubblici o privati, che operano sulle politiche del cibo sia a livello regionale e locale, sia a livello nazionale ed europeo.

Il Piano operativo individua dunque, in un arco temporale compreso tra il 2023 ed il 2025, gli obiettivi da raggiungere, le azioni e gli strumenti da adottare, i soggetti interessati, nonché indicatori da utilizzare per il monitoraggio del Piano stesso.

## OBIETTIVO 1: PROMUOVERE IL RAPPORTO DIRETTO PRODUTTORI-CONSUMATORI

La promozione del rapporto diretto tra il produttore e il consumatore può condurre entrambe le parti verso risultati di estremo interesse. Non solo la garanzia di cibo di qualità per il consumatore ed una remunerazione equa per il venditore, ma un atto fondamentale per riallacciare i rapporti tra la città e la campagna, con tutte le ricadute sociali, economiche ed ambientali che ne possono derivare.

### AZIONI:

#### 1a. INCENTIVARE I MERCATI CONTADINI

I mercati contadini non sono solo il mezzo per fare una spesa fresca e genuina, ma rappresentano anche l'opportunità più semplice per far conoscere ai consumatori i produttori agricoli del territorio ed entrare in relazione di fiducia con loro.

#### 1b. PROMUOVERE LA TRASFORMAZIONE AZIENDALE

La produzione in azienda di trasformati di origine vegetale o animale (anche conto terzi), è una pratica di grande interesse, non solo per la valorizzazione delle materie prime aziendali, ma anche per il valore ambientale che questa assume. Inoltre si arricchisce l'offerta del paniere di prodotti dell'azienda, favorendo lo sviluppo del rapporto diretto produttore-consumatore.

#### 1c. PROMUOVERE LA VENDITA DIRETTA

Con la vendita diretta, in azienda o tramite sistemi alternativi, si recupera la valenza sociale e culturale della spesa alimentare e si crea un momento d'incontro e confronto, fra produttore e consumatore, in grado di far emergere anche gli aspetti etici e culturali legati al cibo. La filiera corta diventa una pratica che incide positivamente sulla sostenibilità del sistema sociale e massimizza i ricavi dell'azienda agricola.

#### 1d. PROMUOVERE IL KM 0

La produzione "a Km zero" garantisce una maggior salubrità e freschezza del cibo, la rintracciabilità del produttore e, nel contempo, la salvaguardia della biodiversità agraria. Inoltre consente di abbattere notevolmente gli impatti derivanti dal trasporto su lunga distanza delle derrate alimentari e favorisce la riduzione dello spreco alimentare.

#### 1e. PROMUOVERE IL CONSUMO DEI PRODOTTI DI STAGIONE

Il consumo di cibo proveniente dal territorio e scelto in base alla stagionalità non comporta solo la valorizzazione delle tipicità e l'attenzione alla tracciabilità della filiera, ma è anche un'azione concreta verso il contenimento degli impatti ambientali legati al food system.

### DESTINATARI:

- agricoltori singoli o associati e associazioni di categoria;
- consumatori (singoli e in forma collettiva) e associazioni;
- amministratori locali e pro-loco.

### MONITORAGGIO

- n. di mercati contadini creati nel triennio di riferimento; (n. di banchi, n. di giornate di mercato, n. di iniziative di comunicazione/informazione effettuate ....);
- n. di nuovi gruppi di acquisto organizzati nati nel triennio di riferimento; (n. di aderenti ai GAS, n. di fornitori/accordi stipulati ....);
- n. di nuove piattaforme di vendita diretta di piccoli produttori create nel triennio di riferimento; (n. di produttori aderenti, n. di acquisti effettuati totali e/o per acquirente, n. di nuovi occupati, n. di Comuni raggiunti ...);
- n. di punti vendita nati nelle aziende agricole nel triennio di riferimento tramite il PSR;
- n. di laboratori di trasformazione aziendale nati nelle aziende agricole nel triennio di riferimento tramite il PSR;
- n. di capitolati per la fornitura di mense pubbliche che, nel triennio di riferimento, siano aderenti alle indicazioni delle Linee guida regionali.

## OBIETTIVO 2: FORMAZIONE SULL'EDUCAZIONE ALIMENTARE

La formazione, in generale dei cittadini, in particolare degli studenti e dei decisori pubblici è una tra le leve più efficaci per raggiungere la conoscenza e la consapevolezza necessarie per costruire un nuovo rapporto con il "sistema-cibo". Nella relazione tra cibo, cittadinanza e territorio, l'educazione è il collante imprescindibile per accompagnare il cambiamento verso sistemi alimentari più sostenibili.

### AZIONI:

#### 2a. FORMARE AMMINISTRATORI LOCALI E FUNZIONARI PUBBLICI

Si registra sovente tra queste figure una limitata o insufficiente conoscenza dei fondamentali dell'educazione al cibo e al consumo consapevole. Per affrontare adeguatamente alcune tra le molteplici problematiche connesse al sistema-cibo e adottare politiche efficaci, è indispensabile che venga acquisita piena consapevolezza sui principali aspetti tecnici e amministrativi sottesi al tema (ad esempio la definizione di adeguati capitolati di fornitura per le mense, la corretta applicazione delle norme in materia, ecc...).

#### 2b. FORMARE INSEGNANTI DI SCUOLE PRIMARIE E SECONDARIE

La necessità di rendere maggiormente informati e consapevoli i docenti, in quanto tra gli educatori delle generazioni future (oltre che cittadini-consumatori) deve necessariamente convergere verso l'integrazione dell'offerta didattica con altri strumenti extrascolastici, come le fattorie didattiche.

#### 2c. FORMAZIONE MIRATA IN ALCUNE TIPOLOGIE DI SCUOLE SUPERIORI

Questi istituti rappresentano un'importante fucina dove sperimentare e avviare nuove iniziative legate alla sostenibilità del settore agroalimentare. Particolarmente interessante il legame tra gli Istituti Agrari e gli Alberghieri, posti ai capi estremi della filiera agroalimentare: la cooperazione tra i due poli può essere un fattore arricchente per entrambe le future figure professionali. Anche gli studenti del Liceo Psicopedagogico, in rapporto al futuro ruolo di educatori della prima infanzia, possono trarre un grande vantaggio nell'apprendere i meccanismi di funzionamento della filiera e dell'alimentazione consapevole.

### DESTINATARI:

- amministratori locali e funzionari pubblici;
- insegnanti e presidi;
- studenti .

### MONITORAGGIO:

- n. di corsi avviati nel triennio di riferimento;
- n. di docenti/utenti coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di scuole coinvolte nel triennio di riferimento.

### OBIETTIVO 3: RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI

Lo spreco alimentare rappresenta una vera e propria piaga che si manifesta in ogni passaggio della filiera alimentare, a partire dal campo e fino all'ambiente domestico. Spesso la mancanza di conoscenza del tema e della corretta applicazione delle norme ostacola le azioni di prevenzione e di recupero a fini sociali, alimentando così un quadro paradossale, dove spreco di cibo e povertà alimentare convivono.

#### AZIONI:

##### 3a. INCENTIVARE L'APPLICAZIONE DELLA LEGGE GADDA

La Legge n. 166/2016 è lo strumento di riferimento nelle pratiche di prevenzione, recupero e redistribuzione a fini sociali delle eccedenze alimentari. Sovente, a causa di errate interpretazioni o carente conoscenza della norma, non è correttamente applicata, determinando così una parziale riuscita delle numerose attività a carico del Terzo settore. E' necessario quindi agevolare la definizione di linee guida, vademecum, protocolli tra l'Ente pubblico responsabile (Comune) e gli interlocutori, tra cui i possibili percettori delle agevolazioni fiscali previste dalla normativa nazionale.

##### 3b. PROMUOVERE LA TRASFORMAZIONE DELLE ECCELENZE IN AZIENDA

Il recupero delle eccedenze aziendali e la loro trasformazione in prodotti, quali conserve, succhi, composte, birra, è di grande interesse, non solo per la valorizzazione di alimenti altrimenti destinati allo smaltimento ma anche per le importanti mancate emissioni di anidride carbonica. Inoltre si arricchisce l'offerta del paniere di prodotti dell'azienda.

##### 3c. PROMUOVERE LA DESTINAZIONE A FINI SOCIALI

I processi di donazione e redistribuzione degli alimenti devono spesso affrontare una serie di ostacoli legislativi, amministrativi e pratici; inoltre i donatori talvolta non hanno una visione chiara di quali alimenti siano adatti alla donazione e non dispongono di una logistica idonea per facilitare la donazione su larga scala, mentre gli enti benefici non hanno sufficiente capacità operativa e finanziaria per il recupero, lo stoccaggio e la redistribuzione.

##### 3d. PROMUOVERE LA FORMAZIONE/INFORMAZIONE SULLO SPRECO ALIMENTARE

La società e le città in particolare sono pienamente responsabili della programmazione e dell'attuazione di politiche di prevenzione e riduzione degli sprechi, innovative e realmente efficaci. E' però indispensabile attuare un programma di formazione/informazione sul tema, che si prolunga nel tempo e coordinato tra gli attori che si occupano attivamente del tema.

#### DESTINATARI:

- amministratori locali e funzionari pubblici;
- agricoltori e associazioni di categoria;
- cittadini;
- Terzo settore e associazionismo;
- ristoratori;
- gestori/operatori ristorazione collettiva .

#### MONITORAGGIO:

- n. di corsi avviati nel triennio di riferimento;
- n. di utenti coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di scuole coinvolte nel triennio di riferimento;
- n. di aziende agricole con processi di trasformazione nel triennio di riferimento;
- n. di ristoratori coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di commercianti coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di associazioni, Terzo settore coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di mense coinvolte nel triennio di riferimento;
- q.tà di eccedenze raccolte e redistribuite nel triennio di riferimento.

## OBIETTIVO 4: ORIENTAMENTO DEI CONSUMI

Il settore agroalimentare è uno tra i principali generatori di impatti ambientali e climatici, subendo nel contempo gli effetti deleteri del cambiamento climatico e del generale stato di grave sofferenza del Pianeta. Orientare i consumi alimentari, favorendo l'adozione di diete che privilegiano prodotti veramente sostenibili e salutari è azione di primaria importanza nel quadro generale delle politiche del cibo.

### AZIONI:

#### 4a. PROMUOVERE LA CONOSCENZA E IL CONSUMO DEI PRODOTTI A QUALITÀ CERTIFICATA

Il Piemonte si colloca, tra le Regioni italiane, al terzo posto per quanto riguarda la presenza di prodotti certificati (IGP, DOP, PAT ecc...), che sono reperibili su tutto il territorio regionale. Per contro la diffusione di queste referenze nel commercio alimentare risulta, escludendo alcune eccezioni, piuttosto marginale e sporadica. Occorre quindi avviare azioni coordinate e continuative che mirino alla diffusione stabile sul territorio delle produzioni di eccellenza piemontesi.

#### 4b. PROMUOVERE LA CONOSCENZA E IL CONSUMO DI PRODOTTI LOCALI

Il consumo dei prodotti locali garantisce all'acquirente una maggior salubrità e freschezza del cibo, la sicurezza legata alla rintracciabilità del produttore e, nel contempo, la salvaguardia della biodiversità agraria. Inoltre consente di abbattere sia gli impatti ambientali sia l'esborso economico, esente dai ricarichi propri del commercio al dettaglio. La riduzione degli impatti ambientali e la salubrità necessitano inoltre l'adesione a specifici disciplinari/certificazioni.

#### 4c. PROMUOVERE LA CONOSCENZA RELATIVA ALL'ETICHETTATURA DEGLI ALIMENTI

La lettura, corretta e consapevole, delle etichette dei prodotti alimentari fornisce ai consumatori sia le informazioni essenziali (scadenza, ingredienti, valori distintivi, ecc...), sia quelle non obbligatorie, ma non di meno importanti (origine, condizioni di lavoro, impatto ambientale ecc...).

Parimenti importanti sono le etichettature che danno conto dell'impronta ecologica e dell'eticità di ogni prodotto/alimento con particolare attenzione al tema giustizia-lavoro.

L'etichetta quindi permette al consumatore di operare una scelta informata, di decidere se acquistare un prodotto e come utilizzarlo al meglio.

#### 4d. PROMUOVERE LA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI

(vedi punto dedicato alla scheda "OBIETTIVO: RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI")

### DESTINATARI:

- cittadini (singoli e in forma collettiva);
- ristoratori;
- turisti;
- commercianti ;
- associazioni, Terzo settore.

### MONITORAGGIO

- volume di vendita prodotti a qualità certificata (ante e post azioni) nel triennio di riferimento;
- n. di ristoratori coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di commercianti coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di associazioni, Terzo settore coinvolti nel triennio di riferimento;
- n. di mense coinvolte nel triennio di riferimento;
- q.tà di eccedenze raccolte e redistribuite nel triennio di riferimento.

**OBIETTIVO 5: PROMUOVERE I PROCESSI PARTECIPATIVI LOCALI SULLE POLITICHE TERRITORIALI DEL CIBO**

I modelli sociali ed economici tradizionali hanno dimostrato, anche di recente durante la crisi pandemica, la loro inefficienza. Stanno dunque subentrando nuovi modelli, basati sulla costruzione di comunità di persone unite da interessi e valori comuni e per questo più dinamici ed efficaci per affrontare le grandi sfide. Il percorso verso un nuovo rapporto con il cibo non può prescindere dal loro riconoscimento come strumento essenziale per la coesione sociale, la resilienza e la valorizzazione dei propri territori.

**AZIONI:**

**5a. ANIMAZIONE LOCALE SU POLITICHE DEL CIBO PARTECIPATE**

Il cittadino, oltre a essere un utente/consumatore, è responsabile, con le sue azioni, del benessere generale della comunità, anche in termini di sostenibilità sociale, ambientale ed economica; dunque deve essere coinvolto in modo attivo sia alla co-progettazione di beni e servizi, sia alla costruzione delle “food policy” insieme alla Pubblica Amministrazione.

**5b. CREAZIONE DISTRETTI DEL CIBO E COMUNITA' DEL CIBO**

Nel processo di diffusione di forme alternative/innovative di interazione tra agricoltori e consumatori, un ruolo centrale è rivestito dai Distretti del cibo e dalle Comunità del Cibo che, superando la definizione e gli scopi illustrati nella normativa di riferimento, possono rappresentare dei veri e propri poli di aggregazione e catalizzazione di risorse, saperi o esperienze differenti, gravitanti attorno a finalità comuni espresse dagli attori del territorio.

**DESTINATARI:**

- agricoltori e associazioni di categoria;
- consumatori e associazioni;
- amministratori locali e pro-loco;
- cittadini;
- terzo settore e associazionismo;
- insegnanti e studenti;
- ristoratori.

**MONITORAGGIO:**

- n. di incontri sul territorio nel triennio di riferimento;
- n. di partecipanti nel triennio di riferimento;
- n. di azioni locali in tema condotte successivamente (es. nuovi capitolati, nuovi mercati, n. di corsi formativi, n. di azione nelle scuole, ecc.) nel triennio di riferimento;
- n. Distretti del Cibo costituiti nel triennio di riferimento.

## GOVERNANCE

Per l'attuazione del Piano operativo triennale è costituito, ai sensi della DGR n. 10-9336 del 01.08.2008 (articolo 4, comma 2), un tavolo di coordinamento interdirezionale, così come previsto dalle Linee guida regionali, che ricomprenda al suo interno funzionari appartenenti, oltre alla Direzione regionale A1700A Agricoltura e Cibo, le altre Direzioni interessate (che già hanno collaborato alla stesura delle Linee guida stesse): A1400A, A1500A, A1600A, A2000B; in particolare, i Settori coinvolti risultano essere:

- Prevenzione, sanità pubblica veterinaria e sicurezza alimentare;
- Politiche per i bambini, le famiglie, minori e giovani, sostegno alle situazioni di fragilità;
- Politiche dell'istruzione, programmazione e monitoraggio strutture scolastiche;
- Sviluppo sostenibile, biodiversità e aree naturali;
- Servizi ambientali;
- Valorizzazione del patrimonio culturale, musei e siti UNESCO;
- Coordinamento attività sulle politiche del cibo;
- Attuazione dei programmi relativi ai Servizi di Sviluppo.

Il coordinamento dei lavori del suddetto Tavolo e dell'attuazione del Piano operativo triennale spetta alla Direzione Agricoltura e cibo, Settore A1716A Coordinamento attività sulle politiche del cibo, istituito con D.G.R. n. 22-6368 del 28 dicembre 2022.

Il Settore A1716A Coordinamento attività sulle politiche del cibo, in accordo col tavolo di coordinamento interdirezionale, approverà, previo idoneo provvedimento di impegno di spesa, un cronoprogramma relativo agli obiettivi e alle azioni del Piano.