



Creation of the first business network

LIFE19 GIE/IT/000977 GRAsslands Conservation Efforts through usage



Azione A4

ARSIAL

Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione dell'Agricoltura del Lazio

FIRAB

Fondazione Italiana per la Ricerca



REGIONE LAZIO



Sommario

| | |
|---|----------|
| Abstract | 3 |
| Premessa | 4 |
| Creazione del primo business network | 5 |
| Elenco dei partecipanti al business network e le Adesioni sottoscritte | 6 |

Abstract

The LIFE Grace project pursues the conservation and protection of endangered pasture habitat types in three Natura 2000 sites in Lazio, involving local farmers as a key-actor, in a strategy based on extensive livestock management.

For this purpose, the project plans to engage pastoralists and extensive livestock farmers in adopting careful management practices, aiming at the conservation of flora and fauna species, soil fertility, and other properties in so becoming stewards of a mosaic of diverse habitats.

Knowing that livestock farming cannot be sustainable without an informed, equipped and profitable market, the project has fostered exchange, dialogue and connections between those livestock farmers who are sensitive to the values of sustainability and environmental protection and other actors in the livestock supply chain.

For the development of this market with a view to sustainability and solidarity, LIFE Grace has promoted, through the organization of different gatherings in "world café" mode, the creation in each targeted Natura 2000 site of a transversal network, starting from livestock farmers and pastoralists sensitive to the issues of sustainability and habitat conservation. Through the network, each producer acquires greater weight to negotiate the recognition of the added value of the product on the market, that is increasingly labelling them as 'grass-fed' product: a definition that is still not registered legally in Italy. As acknowledged by farmers during the world cafes, the business network makes it possible to design *"joint farming plans of homogeneous areas"*, as well as to *"exchange knowledge and skills, in order to create critical mass and benefit of scale economies"*.

The network does not end with the producers, as it is aimed at a wider range of local actors of the meat value chain, to facilitate synergies between contracts/measures and sustainable management of natural resources, up to a level of market solutions.

Therefore, it involves butchers, processing companies, and not least, operators in the Horeca sector, with particular attention to those who already show an interest in the promotion of territorial products as added value of their hospitality and catering offer.

The first business network came to life in the Ausoni and Aurunci mountains, thanks to the commitment of 9 local actors. This initial kernel will remain active until the end of the project and beyond, and with the support of LIFE Grace it is committed to promoting the adhesion not only of other breeders, but also of additional subjects, for the activation of a wider supply chain.

Premessa

Per il progetto LIFE Grace, perché si abbia una giusta strategia di conservazione, funzionale alla tutela degli habitat di prateria di interesse comunitario nei 3 siti Natura 2000 di progetto, è necessario l'intervento degli allevatori tramite l'esercizio della conduzione estensiva degli allevamenti.

Per rendere sostenibile per gli allevatori l'implementazione di adeguate pratiche e misure di gestione, LIFE Grace si propone di indirizzare lo sviluppo dell'allevamento estensivo verso la creazione di accordi territoriali fra gli operatori lungo tutta la filiera, dal pascolo al consumatore, e tra questi e gli Enti locali, oltre che tramite l'identificazione di percorsi economico-commerciali di co-marketing che garantiscano ad allevatori e pastori redditi dignitosi, rispetto ai quali il sostegno delle politiche agricole e di altri interventi pubblici svolgano un ruolo di complemento. A questo si deve aggiungere la maturazione di una nuova consapevolezza soprattutto tra i consumatori e i cittadini, in relazione alla sostenibilità dei sistemi di allevamento al pascolo, maggiormente rispettosi del benessere animale, della biodiversità, del paesaggio e della sussistenza dei produttori.

In tale percorso, LIFE Grace ha inteso favorire momenti di confronto e dialogo tra allevatori sensibili ai valori della sostenibilità e tutela ambientale e altri attori della filiera zootecnica estensiva, a vario titolo coinvolti e dunque, portatori d'interesse, tramite i world café, in cui sono emerse le difficoltà e le diseconomie di tali filiere.

Per rispondere alle diverse esigenze espresse dagli attori della filiera zootecnica estensiva nei siti N2000, oggetto di intervento progettuale, LIFE Grace si è posto come facilitatore di un processo volto ad attivare collaborazioni tra i diversi attori della filiera, in un'ottica di sostenibilità e solidarietà, accompagnando lo sviluppo di un approccio territoriale di rete (business network).

Creazione del primo business network

Dagli incontri, svolti in modalità world caffè, nell'area della ZPS dei Monti Ausoni e Aurunci, ha preso vita il primo business network, nato per rispondere, *in primis*, all'esigenza di tutela ambientale e nutrizionale associata alle produzioni animali ottenute sui pascoli e, parallelamente, per vendere e qualificare tali prodotti, ottenuti da allevamento estensivo in siti N2000, ai ristoranti/agriturismi e altri canali Horeca, alle mense, ai GAS, ai diversi retailer, a partire dalle macellerie locali e da altri punti vendita maggiormente attenti ad un marketing più "green" legato al territorio. Una rete nata per acquisire massa critica e fornire i propri prodotti di qualità a elevato valore ambientale, oltre che a forte carattere territoriale, anche destinata, come ben espresso dai partecipanti alla rete: *"a consumatori e utilizzatori finali senza intermediari"*, capace di *"rispondere al crescente interesse per un'alimentazione sostenibile e locale, in particolare nella ristorazione collettiva scolastica"*¹.

Gli allevatori nell'area degli Ausoni e Aurunci hanno visto in *"una gestione collettiva, razionale ed ecosostenibile, del pascolo tramite la realizzazione di una rete/filiera/associazione di allevatori"* la possibilità di auspicare un futuro alla zootecnia in aree protette, come nel caso del Parco Naturale dei Monti Aurunci e del Parco Naturale Regionale Monti Ausoni e Lago di Fondi.

Aderire al business network per avere l'opportunità di poter soddisfare le esigenze proprie e di tutte le aziende zootecniche partecipanti, vuol dire anche, per ciascun 'retista' (partecipante alla rete), acquisire un peso maggiore per negoziare il riconoscimento del valore aggiunto del prodotto: operando su piccola scala, i produttori sono coscienti che solo facendo *"rete con altre aziende"*, diventa possibile raggiungere la massa critica necessaria per meglio posizionare il proprio prodotto da vendere.

Il business network permette anche di promuovere una *"programmazione zootecnica delle zone omogenee"* tramite la collaborazione con altre aziende, lo *"scambio di conoscenze e di competenze, al fine di fare massa critica e ottenere i benefici delle economie di scala"*; per alcuni allevatori, vuol dire anche credere che la costituzione di una *"rete d'impresе potrebbe aiutare i piccoli allevatori di capre nelle aree degli Ausoni a vendere i prodotti al giusto prezzo"*.

Tramite il business network, LIFE Grace intende stimolare attività di promozione e commercializzazione mirate a consolidare il mercato delle carni e altri prodotti derivanti da allevamenti estensivi in aree naturali incentrati sul pascolo (*grass-fed*, l'espressione anglofona ricorrente), a partire da una vetrina per le aziende aderenti alla rete e i prodotti zootecnici dei loro allevamenti.

Grace, in sintesi, vuole non solo favorire un approccio collettivo alla gestione delle risorse naturali di un determinato territorio, ma anche stimolare una maggiore partecipazione delle stesse aziende, partendo dalle singole imprese, ad una rete più ampia di attori locali, per facilitare sinergie tra contratti/misure e una gestione sostenibile delle risorse naturali fino ad un livello di soluzioni di mercato.

¹ Alcuni stralci degli interventi fatti durante i world caffè sono stati riportati tra virgolette.

Elenco dei partecipanti al business network e le Adesioni sottoscritte

Di seguito la tabella con elenco dei partecipanti al primo business network: vi sono 5 produttori zootecnici estensivi, di cui 4 sono allevatori sensibili alla sostenibilità e tutela ambientale. Tre di questi sono anche primi trasformatori, mentre uno svolge solo attività di trasformazione; 2 ristoranti prevedono menù a base di carne e altri prodotti ottenuti dall'allevamento a pascolo, con specialità tipiche del territorio; un operatore nell'ambito dello street food con proposte di hamburger che vorrebbe arricchire con carne grass-fed proveniente dal proprio territorio ed, infine, un distributore di prodotti tipici e territoriali, biologici, che vorrebbe ampliare il suo paniere di vendita. La rete è quindi caratterizzata da aziende che hanno già un orientamento al mercato, e che sono capaci di svolgere il ruolo di starter delle azioni di marketing previste nell'azione B1.

Tale rete rappresenta il nucleo iniziale che dovrà favorire l'aggregazione di ulteriori soggetti per l'attivazione di una vera e propria filiera: resta aperta fino alla fine del progetto per promuovere l'adesione di altri allevatori.

Creation of the first business network - Aziende

| N | Nome | Cognome | In qualità di ... | Nome Azienda | Email | Cellulare | Sito web | Sede aziendale | Sede Città | Attività | specifica | | | |
|---|--------------|-------------|------------------------|---|-------|-----------|----------|---------------------|-------------------------------|--------------------------|-----------|--------------------|---|---|
| 1 | Lucia | Vagnati | titolare | La cantina di Ciccillo | | | | | Gaeta | ristorante | | | | |
| | Gioia | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Giovanna | Di Prete | titolare | La magia delle api | | | | | | | | Esperia (FR) | produttore zootecnico | bovini, caprini, ovini, equini, api |
| 3 | Walter | Bravo | responsabile | Soc Coop. La fenice | | | | | | | | | street food | hamburger, polpette |
| 4 | Mirko | Cairone | ristoratore | La lampara | | | | | | | | Gaeta | ristorante | piatti a base di carni locali |
| 5 | Franco | Nasta | presidente | Improntaunca | | | | | | | | Fornia | distributore | zootecnici biologici tipici |
| 6 | Massimiliano | Pelliccia | titolare | Societa' Agricola Masseria Valle Torre Dei F.lli Pelliccia S.s. | | | | | | | | Itri | produttore/trasformatore zootecnico certificato bio | Allevamento di altri bovini e di bufalini |
| 7 | Annamaria | Bonomo | Imprenditrice agricola | Az Agr La Selvotta | | | | | | | | Villa S.Stefano FR | produttore/trasformatore zootecnico | carne fresca e salumi |
| 8 | Umberto | Di Maio | amministratore | Incarne srls unip | | | | | | | | Fornia | trasformatore | salumificazione allevamento |
| 9 | Luca | Del Ferraro | presidente | Dominio Collettivo ASBUC | | | | Giulianello Cori LT | produttore bio in conversione | maremmane in attivazione | | | | |

Altri stakeholder interessati a contribuire alla buona riuscita del business network

| N | Nome | Cognome | In qualità di ... | Società/Ente | Email | Cellulare |
|---|-----------|----------|--|--|-------|-----------|
| | | | esperta alimentazione nutrizionista, docente al Master 1° livello Scienze alimentazione e dietetica applicata. | Univ La Sapienza. Master 1° livello Scienze alimentazione ... Istituto IPSOA Celletti, Corso alimentazione | | |
| 1 | Maria | Solis | | | | |
| 2 | Luigi | Lombardi | presidente | Federazione Italiani Cuochi LT | | |
| 3 | Attilio | Pistillo | consulente | | | |
| 4 | Francesca | Litta | docente | Slow food | | |