



### 3. IL PROGETTO

#### 3.1 Dati Generali

Titolo	APPREZZIAMOLO: VERSO UN GIUSTO PREZZO
Ambito territoriale (comune/i, provincia/e, regione/i)	VENETO, Comune e Provincia di Padova, Venezia, Rovigo e Treviso
Durata del progetto	10 mesi
Costo totale del progetto (deve coincidere con Allegato B)	

Il Costo totale del progetto è finanziato come segue (la ripartizione deve coincidere con l'Allegato B):

Contributo richiesto alla Fondazione		
	<i>Ammontare (euro)</i>	<i>%</i>
Co-finanziamento	Fonte di finanziamento <i>Indicare ciascun ente finanziatore</i>	
	BIOREKK	
	EL TAMISO	
Risorse in natura	Descrizione	
	BIOREKK	
	DIEGO MARCHETTI	
	AGRONOMO EL TAMISO	



### **3.2 Descrizione del progetto e attività previste**

*Minimo 50 righe, massimo 200 righe*

Minimo 50 righe, massimo 200 righe Il progetto “Verso un prezzo giusto” nasce con la finalità di sperimentare e diffondere nuove pratiche economiche, in cui siano valorizzate le produzioni locali, l’introduzione di criteri ecologici ed etici e la promozione di stili di vita sostenibili.

Il punto di partenza del progetto è l’esperienza acquisita dall’associazione Biorekk nella gestione di Gruppi di Acquisto Solidale (GAS) consolidati ormai da 5 anni di funzionamento in cui si è avuto un progressivo aumento delle famiglie coinvolte e, parallelamente, una sempre più forte relazione con i produttori agricoli coinvolti come fornitori dei GAS e con le organizzazioni che li assistono e li rappresentano attraverso numerose attività realizzate in congiunto in questi anni. Tra le attività più significative ricordiamo le visite alle aziende agricole, gli incontri con i produttori, l’organizzazione di eventi di promozione dei principi dell’agricoltura biologica e delle produzioni locali, ecc.

Il progetto nasce dunque dall’incontro tra soggetti diversi uniti dalla volontà di diffondere una nuova cultura legata alla sostenibilità ed alla trasparenza delle relazioni economiche, oltre che di valorizzare e sostenere l’agricoltura biologica, intesa non solo come un modo di produrre cibi sani in accordo con l’ambiente, ma anche come un fatto di cultura e stile di vita. Produrre e consumare alimenti biologici significa tutelare l’ambiente e cibarsi di alimenti sani .

L’intenzione del progetto è quella di sperimentare e mettere in pratica un modello di scambio economico tra produttori e consumatori basato sulla volontà di stabilire relazioni trasparenti e di fiducia reciproca. In questo modo si ricerca il superamento della figura del “consumatore” in quanto utente passivo, per approdare a quella di “co-produttore”, di soggetto cioè, che, dal concreto bisogno di ottenere dei beni, fa nascere progetti e ne condivide con il produttore la realizzazione.

Questa nuova visione della relazione di consumo nasce dalla consapevolezza che i produttori biologici e i consumatori responsabili hanno obiettivi comuni che coinvolgono la comunità di appartenenza e che sono pertanto possibili e praticabili nuove forme di incontro, di scambio e di collaborazione per sfruttare le potenzialità di soggetti eticamente orientati, i produttori ed i cosiddetti “co-produttori”.

In particolare la relazione che si vuole sperimentare parte dal presupposto che il consumatore ed il produttore nel contesto delineato possano definire il “giusto prezzo” delle loro transazioni nella convinzione che questo processo, proprio per la natura delle relazioni che si riusciranno ad instaurare, possa di per sé dar luogo ad un prezzo percepito da entrambe le parti come “giusto”, che conterrà simbolicamente al suo interno tutto il significato della condivisione di una pratica economica sostenibile.

L’obiettivo principale del progetto sarà quindi la costruzione del processo di interscambio economico in cui il prezzo giusto sarà uno strumento chiaramente visibile e trasparente. La determinazione del prezzo “giusto” si concretizzerà nella creazione di un modello in excel replicabile e applicabile a realtà simili che operano nel mondo dell’agricoltura, in particolare quella biologica.

Le attività previste dal progetto “Verso un prezzo giusto” sono di seguito elencate e dettagliate:

#### **A. Incontri per la definizione dei ruoli di partner e dell’equipe del progetto**

Il progetto avrà successo nella misura in cui le partnership definite da questo documento saranno effettivamente operative nella pratica. Le relazioni già esistenti e consolidate tra l’Associazione Biorekk, AIAB Veneto, la Cooperativa El Tamiso, l’Istituto ICEA faciliteranno il coinvolgimento operativo dei partner. L’attività iniziale del progetto sarà quindi definire i ruoli ed i compiti di



ciascuno dei soggetti coinvolti: il grado di partecipazione di ogni partner alle attività previste, i momenti di incontro e di confronto durante lo svolgimento del progetto, le modalità di controllo e monitoraggio dei risultati. Come già descritto in questo documento, l'associazione Biorekk sarà la responsabile del progetto, incaricata del coordinamento delle attività e della gestione amministrativa; la cooperativa El Tamiso, AIAB Veneto e ICEA offriranno l'assistenza tecnica necessaria nell'ambito delle attività relative alla produzione agricola; la cooperativa LA TERRA E IL CIELO sarà coinvolta come interlocutrice che ha già sperimentato progettualità simili per momenti di confronto, approfondimento, sperimentazione e diffusione. L'equipe del progetto sarà formata da 7 persone: 1 agronomo che seguirà il rapporto con i produttori biologici nella definizione delle fasi del processo di produzione e del calcolo dei costi diretti e indiretti che contribuiranno alla determinazione del prezzo finale; 1 esperto in controllo di gestione la cui figura risulta fondamentale per completare il lavoro dell'agronomo nella definizione del prezzo e quindi presentare ai partecipanti il modello economico che si vuole sperimentare; 1 responsabile della comunicazione che si occuperà della diffusione del progetto sul territorio (provinciale e nazionale) attraverso l'organizzazione di eventi di promozione in collaborazione con i partner del progetto; 1 coordinatore generale del progetto incaricato della costruzione della relazione produttori – consumatori, del coordinamento delle attività e della gestione amministrativa.; 1 esperto in formazione nell'ambito dell'agricoltura biologica; 2 esperti di organizzazione e gestione progetti.

#### **B. Coinvolgere i produttori e concordare con loro modalità di azione e prodotti da includere nel progetto**

Per la scelta dei produttori con cui si porterà avanti la sperimentazione, svolgerà un ruolo di primo piano la Cooperativa El Tamiso. Saranno infatti soci della cooperativa i produttori che verranno coinvolti nel progetto, scelti tra gli oltre 20 presenti nel territorio della provincia di Padova e limitrofe. A questi si aggiungerà l'azienda apicola biologica "Mellarius" di Abano Terme, che ha dato la sua disponibilità.

Una volta realizzata la diffusione del progetto, si raccoglieranno le adesioni dei produttori agricoli interessati a partecipare. Considerando le risorse a disposizione ed il carattere sperimentale dell'iniziativa, si prevede di iniziare con 2-3 produttori.

Successivamente si procederà alla scelta dei prodotti dei quali si calolerà il "prezzo giusto", che verranno selezionati seguendo le indicazioni e le preferenze degli stessi produttori, orientandosi verso produzioni locali tipiche, avendo cura di inserirne alcune che corrano pericolo di essere abbandonate perché non convenienti per il mercato o perché non conosciute. La scelta dovrà poi essere successivamente concordata con i consumatori, che nel loro ruolo di co-produttori decideranno che produzioni valorizzare ed appoggiare attraverso gli accordi di acquisto a lungo termine.

#### **C. Coinvolgimento dei co-produttori**

Contemporaneamente all'identificazione dei produttori, si realizzerà una diffusione del progetto alle famiglie del bacino di Padova. In particolare la diffusione si realizzerà utilizzando i canali degli attori che conformano il "Tavolo verso il DES di Padova", di cui Biorekk, El Tamiso, AIAB sono parte. Sono previsti, per questa fase, comunicazioni alla cittadinanza e incontri mirati a fornire una presentazione dettagliata della proposta del progetto e delle sue attività con l'obiettivo di coinvolgere attivamente le famiglie (almeno 100), che saranno parte attiva nel processo di definizione del giusto prezzo.

#### **D. Costruzione modello**

Una volta identificati i prodotti ed il numero di co-produttori interessati a farsi coinvolgere ed ad appoggiare il progetto, si potrà procedere alla costruzione del modello di calcolo del prezzo giusto. Il modello consiste nell'individuare le fasi della produzione, calcolare i costi diretti ed indiretti,



definire i parametri con cui ribaltare i costi comuni. La prima fase di tale processo si realizzerà in stretta collaborazione tra l'agronomo del progetto ed i produttori, che analizzeranno insieme la parte relativa alle tecniche di produzione più adeguate ed ai costi diretti ed indiretti. Successivamente l'esperto in economia e controllo di gestione sarà incaricato di complementare il lavoro realizzato dall'agronomo con i produttori, calcolando le quantità necessarie affinché la produzione sia effettivamente realizzabile, il numero minimo di compratori da coinvolgere, la frequenza con cui dovranno acquistare i prodotti prescelti per far sì che le produzioni possano generare entrate sufficienti alla copertura dei costi ed alla retribuzione dei produttori. Il modello sarà completo quindi quando si arriverà a calcolare un prezzo che comprenda al suo interno tutte le variabili menzionate.

#### **E. Definizione, sottoscrizione e implementazione dei “patti di acquisto” tra produttori e consumatori**

Dopo aver calcolato il prezzo giusto dei prodotti definiti per un determinato numero di famiglie, la fase successiva del progetto prevede che i produttori e le famiglie definiscano insieme e sottoscrivano dei “patti sociali di acquisto” tra le famiglie ed i produttori. Attraverso lo strumento del patto si vuole creare un'interazione che permetterà alle famiglie stesse di divenire co-produttrici, partecipando attivamente alla produzione. Le famiglie “adotteranno” pertanto le produzioni e saranno chiamate a seguirne tutte le fasi, vivendo la storia del prodotto e attribuendovi quindi un valore che vuole andare oltre a quello meramente monetario. Questa relazione sarà quindi formalizzata dal Patto sociale d'acquisto, un accordo tra consumatore e produttore in cui il consumatore si impegna a degli acquisti di quantitativi minimi periodici ed il produttore si impegna a produrre un prodotto con le caratteristiche qualitative e di prezzo prestabilite e calcolate dal modello elaborato insieme ai tecnici del progetto.

#### **F. Diffusione e comunicazione del progetto**

Il seguente piano di comunicazione ha carattere generale e definisce la pianificazione delle attività di comunicazione del progetto. Apprezziandolo definendo in maniera generale il principale messaggio oggetto della comunicazione. Prevede, inoltre, l'utilizzo differenziato dei mezzi di comunicazione più adatti a raggiungere ciascun obiettivo.

Messaggio principale oggetto della comunicazione.

Diventare, in qualità di co-produttori, dei veri e propri monitor di filiera è un obiettivo quanto mai utile e necessario a migliorare il rapporto economico che regola la produzione e l'acquisto di beni primari.

Obiettivi strategici delle attività di comunicazione:

1. Diffondere, in maniera capillare, la conoscenza del Progetto tra i consumatori del territorio per riuscire a raggiungere un numero di partecipanti effettivi pari a 150 famiglie distribuite sul territorio di Padova e provincia
2. Coinvolgere e aggregare il gruppo di lavoro e i partecipanti attivamente coinvolti nel Progetto (famiglie e produttori) sollecitando e favorendo un dialogo continuo e mantenendo un aggiornamento costante su tutte le fasi e i risultati ottenuti dal Progetto stesso
3. Informare la cittadinanza per contribuire a diffondere un modello produzione-consumo basato sulla collaborazione e fiducia reciproca e sulla sostenibilità economica, sia per i produttori che per i consumatori
4. Costruire e consolidare un'immagine chiara e riconoscibile del Progetto e dei soggetti coinvolti

Al piano operativo, (strumento esecutivo del presente piano di comunicazione) che sarà redatto alla partenza del Progetto, è demandato l'approfondimento di tutti gli aspetti riguardanti la



modulazione dei messaggi e del linguaggio per i diversi pubblici da raggiungere e per i diversi mezzi di comunicazione utilizzati.

**G. Attività di formazione periodica per i soci e creazione di momenti di condivisione tra produttori e co-produttori**

Nell'ottica di avvicinare le parti soggetto della nuova relazione che si instaurerà, verranno pensati e organizzati dei momenti di condivisione dei risultati del progetto, di formazione dei soci partecipanti che saranno anche il luogo di scambio di opinioni. A gestire queste attività sarà Diego Marchetti esperto formatore sui temi dell'agricoltura biologica.

**H. Monitoraggio in itinere e verifica finale**

I rappresentanti di tutti i partner coinvolti si riuniranno periodicamente durante lo svolgimento del progetto per avviare un monitoraggio intermedio delle attività previste.