

Settore ORTOFRUTTICOLO

<i>Cognome</i>	<i>Nome</i>	<i>Azienda Agricola</i>	<i>Attività</i>
Chappoz	Ezio	Az. Agr. Chappoz - Donnas	Coltivazione patate e mais; trasformazione in prodotti da forno
Collé	Clelia	Az. agr. La Gouerze - Nus	Ortaggi, trasformati di verdure; salvaguardia della biodiversità agricola (semi)
Desaymonet	Michele	Desaymonet Michele - Excenex	Produzione mele, conferitore Cofruit
Elter	Giorgio	Az. agr. Le Motte - Cogne	Ortaggi biologici, erbe officinali, produzione olii essenziali
Lyabel	Romana	Az. agr. Saint Grat – Gressan	Produzione e vendita mele; marchio Melaugusta
Tognan	Erik	Tognan Erik - Pollein	Produzione mele e prodotti trasformati



Settore ORTOFRUTTICOLO

BUONE PRATICHE

GESTIONALI

- Meccanizzazione delle lavorazioni in relazione al sesto d'impianto
- Accorpamento dei terreni per facilitare le lavorazioni (operazione che incontra non pochi ostacoli)
- La scelta del conferimento è ottimale per le aziende che possono dedicare all'agricoltura un tempo limitato
- Commercializzazione:
 - diversificazione dei canali di mercato includendovi anche i circuiti della grande distribuzione, ora molto più attenti al prodotto locale, che esigono però per la fornitura un'organizzazione e una struttura logistica impeccabili
 - adozione di approcci di commercializzazione che mirano a trasmettere la storia e le caratteristiche distintive del prodotto (in tale direzione è il progetto IGP mela valdostana, attualmente al Ministero)
 - nella vendita diretta, predisposizione di ambienti ben allestiti e presenza di personale in grado di “raccontare” il prodotto

▪



Settore ORTOFRUTTICOLO

BUONE PRATICHE

AMBIENTALI/CULTURALI

- Riduzione dei fitofarmaci, soprattutto a paragone con altre realtà nazionali
- Eliminazione del diserbo chimico sostituito dal diserbo meccanico
- Valorizzazione commerciale di ortaggi, cereali o frutta nelle varietà tradizionali, che si traduce nel mantenimento di una biodiversità in termini di genomi a rischio di scomparsa (a tale scopo importante il lavoro di recupero dei cereali antichi da parte dell'IAR)
-
-



Settore ORTOFRUTTICOLO

ELEMENTI DI CRITICITA'

- Difficoltoso l'accorpamento delle superfici, soprattutto per motivi culturali che vedono il prato-stabile più appetibile sul mercato degli affitti
- Difficoltà nel reperimento di manodopera stagionale
- Pratiche burocratiche dilatate nel tempo, non adeguate ai tempi operativi delle aziende
- I produttori non si sentono sufficientemente supportati dalle associazioni di categoria nell'affrontare le loro problematiche specifiche



Settore ORTOFRUTTICOLO

su versanti non meccanizzabili

BUONE PRATICHE

GESTIONALI

- Massima qualità dei prodotti per ottenere margini sufficienti a compensare i maggiori costi di lavorazione
- Produzioni differenziate sfruttando al meglio le potenzialità dei terreni (grazie a competenza e conoscenza del territorio)
- Mercati di nicchia, locali e non, e vendita diretta, in taluni casi coperta dal turismo per più del 50%.
Importanza della valorizzazione attraverso il RACCONTO nel rapporto diretto con la clientela
- Necessario attivare FILIERE CHIUSE entro l'azienda o in rete (margini maggiori, minore spreco)
- Investimenti contenuti, centrati soprattutto sulla trasformazione in prodotti finali



Settore ORTOFRUTTICOLO

su versanti non meccanizzabili

BUONE PRATICHE

AMBIENTALI/CULTURALI

- Custodia e divulgazione di saperi della cultura agricola e alimentare locale, sottolineati nel racconto diretto al cliente
- Custodia di territori di versante, il cui equilibrio idrogeologico è in stretta relazione con la manutenzione da parte dell'uomo
- Mantenimento della biodiversità, talora anche con il mantenimento delle SEMENTI ANTICHE (salvaguardia di un patrimonio genetico in via di scomparsa)
- Minimo o nullo impiego di fertilizzanti e fitofarmaci, indipendentemente dalla certificazione biologica



Settore ORTOFRUTTICOLO

su versanti non meccanizzabili

ELEMENTI DI CRITICITA'

- Difficoltà delle lavorazioni e importanza ambientale delle aziende non sufficientemente riconosciute: i premi legati alle superfici risultano penalizzanti rispetto ad altre attività agricole
- Difficoltà di dare vita alle possibili ed opportune sinergie tra commercializzazione e valorizzazione del prodotto locale con ristoranti e alberghi locali
- Difficoltà nel dare vita ad azioni di rete con altre aziende in condizioni analoghe, sia per motivi culturali sia per le poche risorse di tempo a disposizione
- Gli enti locali non sempre sono disponibili a recettivi alle iniziative di valorizzazione del prodotto

