



Cosa si intende per Filiera corta

La filiera corta, o circuito breve, è quell'insieme di attività che prevedono un rapporto diretto tra produttore e consumatore, singolo o associato, che accorcia il numero degli intermediari commerciali e diminuisce il prezzo finale.

Le attività promosse dalla filiera corta possono inserirsi in vari contesti, oltre la vendita diretta in azienda: i mercati all'aperto o in locali appositamente attrezzati; accordi fra produttori e commercianti, ristoratori, albergatori o con gruppi di acquisto o cooperative di consumo.

Un obiettivo fondamentale della filiera corta è quello di avvicinare il con-

sumatore consapevole ai prodotti del suo territorio, creando un rapporto più stretto tra i produttori e gli utilizzatori e consentendo, allo stesso tempo, una migliore conoscenza dei prodotti e di chi li produce.

L'attenzione verso i prodotti locali è da associare alle maggiori garanzie di qualità e sicurezza che il prodotto alimentare consumato fresco rappresenta.

La filiera corta nasce dalla consapevolezza che produttori e consumatori finali hanno obiettivi comuni, raggiungibili attraverso nuove forme d'incontro e scambio, praticabili grazie al rapporto di vendita diretta; inoltre fa sì che il valore aggiunto creato sia equamente diviso fra tutti i soggetti interessati.





In sintesi i vantaggi della filiera corta sono:

- Minor costo dei prodotti per il consumatore, grazie all'abbattimento della spesa legata alla distribuzione
- Giusto compenso per i produttori
- Riduzione dei costi ambientali dovuti alla distribuzione
- Maggiore tracciabilità dei prodotti
- Sensibilizzazione e rivalutazione del proprio territorio e di ciò che esso è in grado di offrire
- Consumo di prodotti sani e biologici

Molte persone non hanno ancora avuto modo di abbracciare il meccanismo della filiera corta solo per mancanza di informazione: "dove vado a comprare!? A chi mi rivolgo nella mia zona?".

Scopo del progetto e di questo opuscolo è fornire uno strumento per rispondere a queste domande

È fondamentale, per il successo di questo modello, che si instauri un rapporto paritario tra gruppi d'offerta e gruppi di domanda: due strutture che si incontrano, si conoscono e si associano. Da un lato, i produttori, associandosi, offrono un servizio migliore ai consumatori presentando i prodotti, la propria azienda e i problemi produttivi che si affrontano quotidianamente e garantendo gamma e continuità. Dall'altro lato, i consumatori scelgono i produttori per le forniture ed insieme ad essi programmano le produzioni e le consegne, nel massimo rispetto possibile della stagionalità.



Filiera corta? Sì grazie, ma biologica

Privilegiare il consumo e l'acquisto di prodotti locali è sicuramente un vantaggio per l'ambiente, perché crea valore aggiunto sul territorio, incentiva la biodiversità delle produzioni, le merci fanno un minor percorso e quindi inquinano meno; se inoltre scegliamo i prodotti da agricoltura biologica riduciamo ulteriormente l'impatto ambientale per due motivi.

L'agricoltura biologica infatti, non è solo un metodo produttivo, ma è anche un

modello di sviluppo rurale che si propone di tutelare e valorizzare, senza l'uso di pesticidi e concimi di sintesi chimica e tecniche inquinanti, l'ambiente e le risorse naturali ed è quindi lo strumento migliore per rispondere alle esigenze di cibo buono, pulito e giusto; buono perché l'agricoltura biologica esalta le caratteristiche specifiche ed il gusto dei prodotti e delle varietà locali; pulito perché il metodo biologico vieta ogni sostanza di sintesi chimica; giusto in quanto è rispettoso dell'am-





biente, nell'ottica del diritto delle future generazioni ad un pianeta ecosostenibile. Il secondo motivo è che l'agricoltura biologica è normata dal Reg. CEE 834/2007 che prevede regole precise per la coltivazione, l'allevamento e per l'utilizzo dei mezzi tecnici necessari. Sono esclusi dall'intero ciclo produttivo le sostanze di sintesi chimica e ven-

gono favorite tutte le tecniche naturali e in sintonia con il ciclo biologico delle piante e degli animali. I prodotti biologici sono sicuri perché controllati lungo tutta la filiera di produzione, trasformazione e commercializzazione, secondo regole omogenee in tutta Europa, da parte di Organismi di Controllo appositamente autorizzati dagli Stati Membri.



Vendita diretta aziendale

Questa è la forma più conosciuta e consolidata di filiera corta. Il produttore apre uno spazio per la vendita dei prodotti propri, in genere nella stessa azienda, ma può anche aprirlo in qualsiasi altro luogo fisso purché idoneo dal punto di vista igienico sanitario; come le altre attività commerciali anche la vendita diretta, al di fuori o entro la propria azienda, è soggetta alle normative sanitarie e fiscali.

Attualmente tale attività è disciplinata dalla legge di orientamento (il Decreto

Lg.vo 228/2001) che ha aumentato le possibilità di vendita diretta e le agevolazioni per i produttori che organizzano presso la propria azienda o anche in luogo fisso fuori dall'azienda, la vendita delle proprie produzioni, rispetto a quanto previsto dalle normative precedentemente in vigore.

Il produttore agricolo può vendere il prodotto di altri produttori agricoli purché sia prevalente la vendita delle produzioni proprie rispetto al totale dei prodotti offerti ai consumatori.





Questa forma di filiera corta permette al consumatore di parlare direttamente con il produttore; se si tratta di spaccio aziendale può conoscere anche l'azienda, il modo di coltivazione ed il rispetto per l'ambiente delle produzioni biologiche. Infine il produttore riesce a valorizzare la stagionalità delle proprie produzioni come in nessuna altra forma di vendita.

I motivi che ne limitano la diffusione e la generalizzazione sono diversi; per

esempio non tutti i consumatori possono fare gli acquisti spostandosi sempre in campagna, presso le aziende agricole; alcune aziende non sono situate in località "appetibili" o facilmente raggiungibili da parte dei consumatori. Infine, fatto non secondario, produrre è una cosa, vendere è un'altra; e bisogna dire che non tutti gli agricoltori sono in grado di fare, da soli e nella propria azienda, entrambe le cose con la stessa efficacia.



I Mercatini dei produttori

La tradizione di vendere i prodotti agroalimentari in piazza è una tradizione che si è mantenuta viva più in alcune regioni che in altre; in questi ultimi anni si sta diffondendo sempre di più, anche grazie al supporto di alcune iniziative promosse da regioni, province e comuni.

In alcune città italiane sono nati dei mercatini destinati esclusivamente alle produzioni biologiche, in altre invece all'interno di mercati all'aperto, accanto alle produzioni convenzionali, sono presenti anche i

produttori biologici.

La normativa legislativa di riferimento è il D.L.vo 228/2001, da un lato, ed il Decreto mipaf 20.11.2007 **"Regolamento dei mercati di vendita diretta degli imprenditori agricoli"** dall'altro.

Questo non deve trarre in inganno i consumatori, perché nei mercati in piazza sono presenti sia ambulanti, cioè commercianti, che produttori agricoli. Non necessariamente un banco di frutta e verdura di un mercato ortofrutticolo è gestito da un produttore, più di una vol-





ta chi lo gestisce è un commerciante. I "mercati contadini", invece sono aperti solo ai produttori agricoli. I mercatini del biologico sono diffusi in tutte le regioni italiane e spesso in alcune regioni sono organizzati con frequenza settimanale o almeno mensile. Ovviamente, per il consumatore, i mercatini assumono maggiore valenza quanto più sono frequenti giacché il fatto di vendere uno o due giorni al mese, per esempio, vincola assai il consumatore a ricordarsi della data di apertura ed ad organizzarsi

di conseguenza.

Il mercato dei produttori deve/può prevedere il coinvolgimento delle associazioni di consumatori per verificare la politica dei prezzi, per esempio, ma anche per organizzare, insieme ai produttori, attività di informazione e culturali in genere. Il mercato dei produttori deve possedere un proprio regolamento a garanzia sia dei produttori che dei consumatori e viene autorizzato dal Comune in cui lo si vuole istituire, nel rispetto delle normative che lo stesso Comune ha adottato in armonia con il Decreto MIPAF 20.11.2007



I Gruppi d'acquisto

Che cosa sono

I gruppi di acquisto sono formati da consumatori che decidono di unirsi per acquistare all'ingrosso i prodotti alimentari per poi distribuirli tra le proprie famiglie. Le motivazioni che spingono a creare un gruppo d'acquisto sono il più delle volte economiche, dal momento che acquistare direttamente dai produttori, anziché nei supermercati, significa risparmiare sui prezzi delle merci.

Esistono tre forme diverse di strutture orga-

nizzative:

- Associazione. Per fondarla è necessario redigere uno Statuto e un Atto Costitutivo da depositare all'Ufficio del Registro
- Appoggio ad associazioni esistenti. Pur mantenendo la propria autonomia, il gruppo può appoggiarsi a un'associazione che già svolge questa attività
- Gruppo spontaneo. Non ha una struttura definita, ma è frutto di una volontà comune, quindi non ci sono particolari vincoli da seguire.





In alcuni casi la filosofia di un gruppo d'acquisto va anche oltre al semplice e concreto calo del prezzo; in questo caso si parla di Gruppi di Acquisto Solidale (GAS); sono gruppi di acquisto che partono da un approccio critico al consumo e che vogliono applicare il principio di equità e solidarietà ai propri acquisti. I criteri che guidano la scelta dei fornitori in genere sono all'insegna della qualità del prodotto, dell'im-

patto ambientale totale (prodotti locali, alimenti da agricoltura biologica, imballaggi a rendere).

Tutte le garanzie suddette si uniscono poi nello sviluppo dei circuiti brevi con le garanzie offerte ai produttori che si vedono riconosciuto il giusto prezzo di vendita evitando così che grosse organizzazioni commerciali possano estorcere al produttore condizioni di vendita non sopportabili.

I Gruppi d'acquisto

Normativa sui Gruppi di acquisto

Il 5 novembre 2007 la Commissione di Bilancio del Senato ha approvato un emendamento alla legge finanziaria relativo agli aspetti fiscali dei GAS, secondo cui l'attività di acquisto e distribuzione agli aderenti svolta dai GAS costituisce attività "non commerciale". Per una maggior completezza di informazione riportiamo i testi sopra citati:

Emendamento Approvato. Art 5

- Comma 47 bis: Sono definiti "gruppi di acquisto solidale" i soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di

svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi, senza applicazione di alcun ricarico esclusivamente agli aderenti, con finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale in diretta attuazione degli scopi istituzionali con finalità etiche e con esclusione di attività di somministrazione e vendita.

- Comma 47 ter: Le attività svolte dai soggetti di cui al comma 47 bis, limitatamente a quelle rivolte verso gli aderenti, non si considerano commerciali ai fini della applicazione del regime di imposta di cui al decreto del Presidente della Repubblica



ca 26 ottobre 1972 n 633, ferme restando le disposizioni di cui all'art 4, settimo periodo del medesimo decreto, e ai fini dell'applicazione del regime d'imposta di cui al decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986 n 917.

Come funziona un gruppo d'acquisto?

E' sicuramente utile dotarsi di uno statuto, ma non serve atto notarile; una volta costituito formalmente il Gruppo, l'atto costitutivo e lo statuto si possono registrare alla locale Agenzia delle Entrate (in tal caso entro 30 giorni dalla costituzione o dall'atto formale di costituzione). Uno statuto tipo di Gruppo di Acquisto lo si può trovare sul sito www.filiacortabio.eu.

E' facoltà del Gruppo riconoscere ad un suo coordinatore che organizza il lavoro un piccolo compenso per le attività di distribuzione dei prodotti; più frequentemente tali compiti sono assolti in modo volontario turnando le persone impegnate in tale compito.

Le esperienze in questo campo sono molto diverse, così come lo sono le forme di aggregazione tra le persone. Qui sono riportati in modo schematico le attività presenti nella maggior parte dei gruppi di acquisto. I partecipanti al gruppo definiscono in primo luogo una lista di prodotti su cui intendono eseguire gli acquisti collettivi; in base a questa lista le diverse famiglie o persone compilano un ordine che verrà poi trasmesso ad un capo gruppo o coordinatore



il quale, trasmetterà a sua volta l'ordine o ai singoli produttori o ai gruppi organizzati di produttori. Nella fase successiva il produttore e/o l'organizzazione tra produttori provvederà a rendere disponibile le merci o a consegnarle direttamente al capo-gruppo che smisterà alle singole famiglie.

Il punto di forza del gruppo d'acquisto è l'impegno volontario che si esercita sia nelle prenotazioni, che negli ordini, che nelle consegne.

E' indispensabile disporre di un locale dove ricevere le merci: uno scantinato, un garage, o un locale presso scuole o parrocchie. Tali locali, fermo restando l'esigenza del decoro e del rispetto delle norme sanitarie, non sono soggetti ai controlli igienico-sanitari o di carattere urbanistico di un normale esercizio commerciale.

