LIFE19 GIE/IT/000977
GRAsslands Conservation
Efforts through usage

REPLICATION PLAN action B.4

Piano di replicabilità e trasferimento

LIFE19 GIE/IT/000977

NATURA 2000

REGIONE LAZIO

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

Dipartimento di Biologia Ambientale
Sapienza Università di Roma

FIRAB

GF green factor

comunità ambiente

LIFE19 GIE/IT/000977
GRAsslands Conservation
Efforts through usage

Action B4

REPLICATION PLAN

PIANO DI REPLICAZIONE E TRASFERIMENTO
(AZIONE B4)

INDICE

Abstract 4

Introduzione 5

Cosa trasferire 8

Un modello di co-marketing 8

Un modello di cooperazione
per la conservazione della biodiversità 9

Un modello per il monitoraggio 9

Gli strumenti a disposizione 11

Trovare altri e nuovi partner 11

Una mappa per nuove risorse 12

Codice di condotta 13

Come avvicinare gli allevatori
al Codice di condotta 14

Road show e incontri 16

Testimonial 18

Grace after grace 18

ABSTRACT

The LIFE Grace project aims to preserve those semi-natural habitats of the Natura 2000 Network (6210 Festuco-Brometalia; 6220 Thero-Brachypodietea. 6230 Nardus grasslands) that require grazing to prevent their deterioration or loss.
The project aims to build a strong partnership between farmers, biodiversity specialists and general consumers to achieve the goal in an economically sustainable manner that benefits both farmers and nature conservation.

The ultimate goal is the creation of a self-sustaining virtuous model to be transferred and replicated in similar settings.

The model, tested by at least 40 farms, will therefore be promoted to other farms, laying the groundwork for wider replication after the end of the project. The identified best practices will be transferred and replicated in similar contexts.

The Replication Plan is but the strategy through which to make these best practices and models available in other areas and regions and to transfer all this knowledge and experience to other territories, involving potentially interested entities and agencies, actors in production and trade chains, professionals, as well as the general population.

INTRODUZIONE

Il progetto LIFE Grace ha l'obiettivo di preservare quegli habitat seminaturali della Rete Natura 2000 (6210 *Festuco-Brometalia*; 6220 *Thero-Brachypodietea*. 6230 *Nardus praterie*) che richiedono il pascolamento per evitarne il deterioramento o la perdita. Tali habitat, presenti in una certa quantità nella Regione Lazio sia su terreni calcarei che vulcanici, con suolo poco adatto all'attività agricola, stanno degenerando in arbusteti che poi diventeranno boschi, riducendo la biodiversità naturale che li caratterizza. L'unica forma sostenibile di utilizzo di questi terreni è il pascolamento, che viene praticato in gran parte con razze autoctone altamente adattate alle condizioni ambientali locali.

Vi è una relazione diretta tra la conservazione di questi habitat di interesse per la Rete Natura 2000 e la conservazione delle razze autoctone di interesse zootecnico. Infatti, il pascolo razionale è essenziale per la conservazione dell'ambiente e la riduzione di queste pratiche comporta una perdita di habitat, che a sua volta limita la possibilità di preservare le popolazioni animali autoctone già rarefatte. Queste popolazioni sono una risorsa importante per l'adattamento al cambiamento climatico, ma sono a rischio di erosione genetica.

Il progetto Life GRACE si basa su questa evidenza e si concentra sui fenomeni di perdita e degrado degli habitat seminaturali della Rete Natura 2000 nell'Appennino Centro Meridionale. In particolare, vengono studiate le dinamiche in atto in tre aree della Rete Natura 2000 della Regione Lazio: i Monti della Tolfa ad ovest, la Montagna Reatina a nord e gli Ausoni-Aurunci a sud.

Il progetto intende costruire una forte partnership tra agricoltori, specialisti della biodiversità e consumatori in generale per raggiungere l'obiettivo in una economicamente sostenibile, a beneficio sia degli agricoltori che della conservazione della natura.
Infatti, nella Regione la conservazione di questi habitat di interesse comunitario è strettamente legata alla conservazione di queste razze

resistenti. Un possibile meccanismo è quello di garantire agli allevatori un mercato per la vendita della propria carne, in modo da poter continuare il pascolo estensivo evitando la banalizzazione della vegetazione e l'invasione della boscaglia.

Per conservare questi habitat naturali di interesse naturalistico è, quindi, necessario valorizzare le produzioni zootecniche, principalmente i bovini da carne che vengono allevati al pascolo per gran parte del loro ciclo produttivo ma anche gli equini da carne allo stato brado nei contesti sommitali, dove non è possibile un altro tipo di allevamento a causa delle condizioni pedoclimatiche estreme.

Non esiste, però, uno standard di riferimento nella filiera della carne per quanto riguarda l'alimentazione degli animali al pascolo nei siti Natura 2000. Esistono esperienze di biologico, misure per il benessere animale e persino alcune certificazione IGP.
Tuttavia, l'allevamento al pascolo è una tipologia di allevamento estensivo, di assoluto pregio ambientale, etico e di salubrità delle produzioni, che sarebbe già in perfettamente coerente con le strategie del Green Deal europeo, senza costi specifici di adattamento.

Lo scopo del Progetto Grace è proprio quello di valorizzare e strutturare questo approccio raggiungendo quattro specifici obiettivi:

1. sensibilizzare la popolazione sul ruolo dell'agricoltura come motore di sviluppo sostenibile e di conservazione della biodiversità e migliorare le opportunità di mercato per i prodotti sostenibili;
2. sensibilizzare gli agricoltori sulle buone pratiche da mettere in atto nei siti N2000 per migliorare lo stato di conservazione degli agro-ecosistemi attraverso i migliori strumenti di incentivazione possibili;
3. incoraggiare gli agricoltori a partecipare ad azioni di *citizen science*, raccogliendo informazioni per il monitoraggio della biodiversità dei terreni agricoli;
4. diffondere le lezioni apprese ad altre realtà della regione Lazio e non.

In altre parole, il progetto prevede di:

- promuovere la conoscenza delle misure contrattuali nelle aree Natura 2000,
- mappatura degli habitat pascolativi e messa a punto di web-app,
- analisi evolutiva degli habitat di pascolo e dei carichi,
- sensibilizzazione dei soggetti gestori dei demani collettivi,
- analisi di mercato,
- rafforzamento del ruolo dei marchi per le produzioni dei pascoli di Area Natura 2000,
- rafforzamento delle relazioni con il sistema HORECA,
- implementazione dei Criteri minimi ambientali (CAM),
- rendere mutuabile in altre aree (Natura 2000 e non) il modello di analisi territoriale,
- sensibilizzare l'opinione pubblica.

Lo scopo finale è la creazione di un modello virtuoso autosufficiente da trasferire e replicare in contesti simili.

Il modello, sperimentato da almeno 40 aziende agricole, sarà perciò promosso ad altre aziende, ponendo le basi per una replica più ampia dopo la fine del progetto. Le migliori pratiche identificate saranno trasferite e replicate in contesti simili.

Il Piano di replicazione non è che la strategia attraverso il quale rendere disponibili queste buone prassi e modelli in altre aree e Regioni e per trasferire tutte queste conoscenze ed esperienze su altri territori, coinvolgendo enti ed agenzie potenzialmente interessate, gli attori delle filiere produttive e del commercio, i professionisti, oltre che la popolazione in generale.

COSA TRASFERIRE

Il Piano di replicazione intende diffondere e riuscire a far adottare i modelli di cooperazione che il Progetto ha progettato e sperimentato nel corso delle azioni B1, B2 e B3.
L'applicazione dinamica e flessibile di questi modelli, infatti, sarà la base per la valutazione delle opzioni di replicabilità e trasferibilità, anche in contesti geografici e socio-economici diversi da quelli di partenza.

Un modello di co-marketing (azione B.1)

Attraverso il co-marketing, LIFE Grace mira a promuovere un approccio collettivo. Si tratta di una serie di strumenti che, attraverso la cooperazione, possono contribuire alla costruzione di accordi, come quelli di filiera, biodistretti, strategie di sviluppo locale, contratti di rete, tra gli altri. Questi accordi coinvolgono produttori, trasformatori, distributori e le comunità a cui appartengono, che collaborano per valorizzare e rafforzare le filiere zootecniche virtuose e per promuovere lo sviluppo sostenibile dei territori in cui queste filiere insistono.
Sono, inoltre, compresi spunti e suggerimenti sugli aspetti organizzativi, economici, legislativi e di marketing che potrebbero diventare elementi chiave di qualsiasi cooperazione. Per esempio l'importanza di etichettare e comunicare correttamente il valore aggiunto dei prodotti provenienti dall'allevamento nelle aree protette può essere uno strumento collettivo per un posizionamento più efficace di produzioni "più sostenibili".
Questa strategia pone anche i piccoli agricoltori e le aziende a conduzione familiare nella condizione di potersi porre come fornitori di ristoranti locali, negozi, gruppi d'acquisto cittadini e vendita online.
Il modello, inoltre, propone soluzioni che consentono alle filiere corte e solidali di raggiungere la massa critica necessaria per rifornire anche i grandi canali di domanda, a partire dalle mense scolastiche.
Co-marketing significa anche legarsi alla valorizzazione del territorio in chiave turistica ed enogastronomica, promuovendo campagne sui prodotti verdi e strategie di offerta turistica.

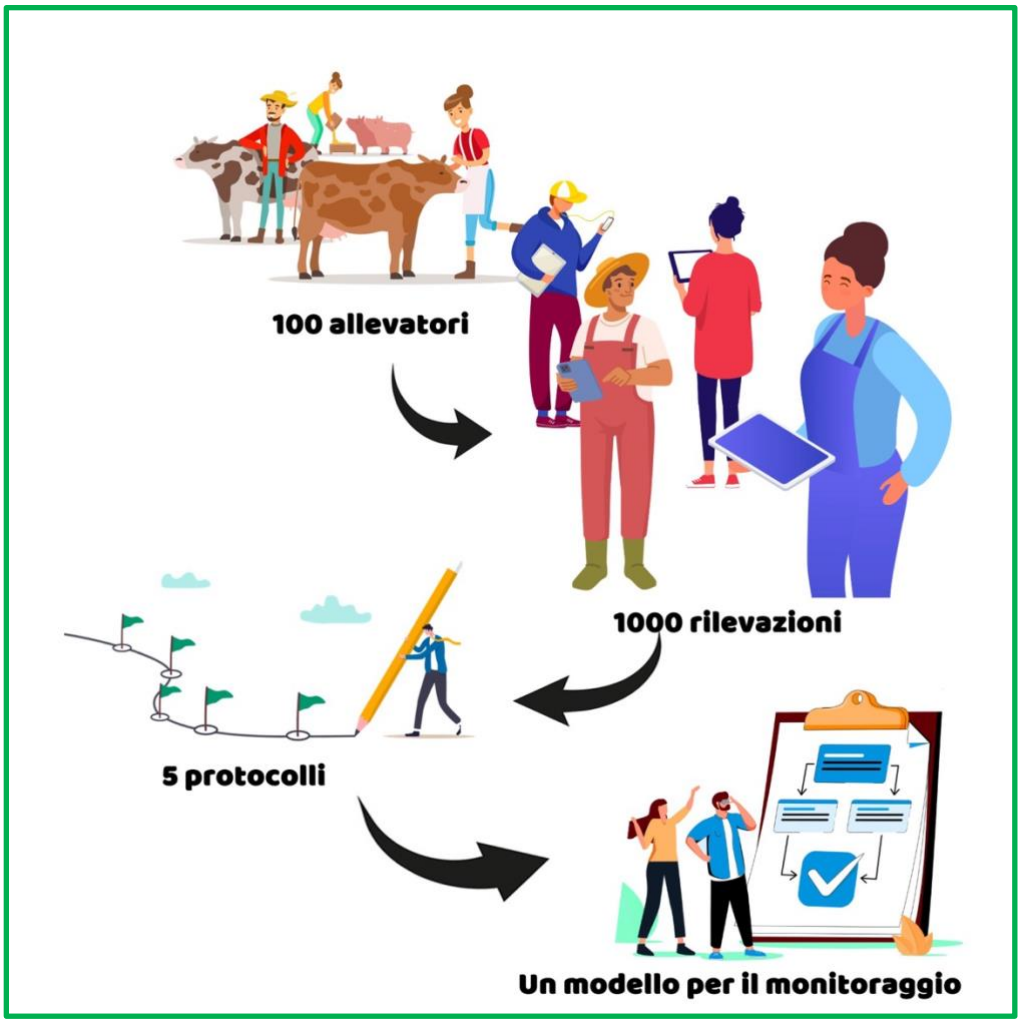
(*si veda più dettagliatamente il documento "One cooperation model on marketing" su sito di progetto*)

Un modello di cooperazione per la conservazione della biodiversità (Azione B.2)

Il modello individuato punta a stimolare un'attività di ricerca congiunta fra agricoltori, tecnici e scienziati per incoraggiare un percorso condiviso per la conservazione della natura, del paesaggio e dell'ambiente.
La definizione di un accordo ambientale che tenga conto dei bisogni specifici di conservazione del territorio serve, infatti, a individuare gli impegni che ogni agricoltore può sottoscrivere sulla base una serie di indicazioni specifiche in termini di superfici, quantità, modalità di collocazione, frequenza o tempistica. Le possibili azioni da realizzare da parte degli agricoltori comprendono, a titolo esemplificativo, la rimozione di specie arbustive, il miglioramento della qualità dei pascoli, lo sfalcio a rotazione, lo spostamento stagionale degli animali, la riduzione o l'aumento del numero di animali, la raccolta di semi e fiori di specie caratteristiche e la loro semina, il monitoraggio, ecc.
L'accordo deve essere firmato da almeno 40 agricoltori che risiedono nei siti individuati dal Progetto. Gli accordi firmati avranno una durata di 5 anni e con l'azione B2 saranno implementati e testati per 2 anni.
La grande utilità di questo percorso è, da un lato, quella di dare consapevolezza agli agricoltori del proprio impatto sulla conservazione della natura e sul benessere dei loro animali e, dall'altro, di aprire alla possibilità di un'attività di ricerca congiunta fra chi il territorio lo vive ne trae sostentamento (gli agricoltori), i tecnici e i ricercatori.

Un modello per il monitoraggio (Azione B.3)

L'Azione B3 è finalizzata allo sviluppo e all'implementazione di un sistema di monitoraggio partecipativo dell'evoluzione dei sistemi di pascoli secondari nelle aree di intervento, per indagare la loro evoluzione in seguito alle attività di conservazione e ripristino degli habitat target, e quindi valutare l'efficacia di queste attività.



Almeno 100 agricoltori raccoglieranno e invieranno i dati (almeno 1.000 rilevazioni) attraverso un'applicazione per dispositivi portatili, secondo 5 protocolli di monitoraggio semplificati (uno per ciascuno dei tre habitat target, più due protocolli specifici volti a monitorare le principali pressioni e minacce alla conservazione). Questi protocolli si basano sul manuale di monitoraggio degli habitat di Natura 2000 e sono stati semplificati per renderli applicabili anche da personale non esperto con una buona conoscenza del territorio.

GLI STRUMENTI A DISPOSIZIONE

Questi modelli di cooperazione vanno dunque sperimentati su scala locale e poi replicati e trasferiti in una dimensione che superi sia quella delle tre aree oggetto di Life GRACE ma anche i confini della Regione Lazio.

Trovare altri e nuovi partner

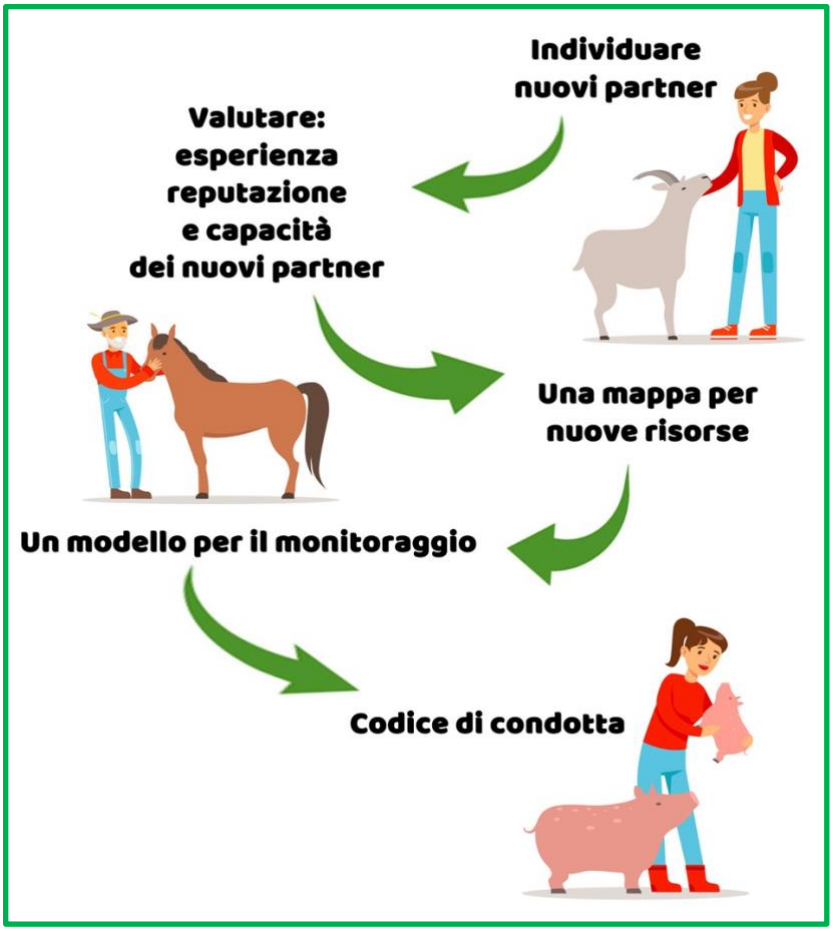
Per individuare potenziali nuovi partner è necessario in primo luogo identificare le organizzazioni, le associazioni e le aziende che si occupano di agricoltura e allevamento sostenibile (CIA, Codiretti, Confagricoltura, Copagri, ecc.) o con quelle che riuniscono gli allevatori di particolare razze animali (per esempio, ANABIC per la Maremmana, ANACAITPR per il cavallo TPR, ANAM per il cavallo Maremmano, AIA per il cavallo Toolfetano, ASSONAPA per le capre).

Una volta individuati i potenziali nuovi partner, è importante valutare la loro esperienza nel settore, la loro reputazione e la loro capacità di collaborazione. È possibile farlo attraverso una serie di domande e di colloqui, per comprendere la loro conoscenza delle buone pratiche di allevamento al pascolo sostenibile, la loro visione e la loro motivazione per partecipare al progetto e ottenere il loro supporto per le fasi successive.

È importante inoltre valutare la capacità dei potenziali partner di raggiungere e coinvolgere gli agricoltori locali, in modo da diffondere le buone pratiche di allevamento al pascolo sostenibile in modo efficace. Ciò può essere valutato attraverso la loro esperienza nella formazione e nella consulenza agli agricoltori, nonché attraverso la loro rete di contatti nel settore agricolo sia a livello Regionale ma anche, se utile, su scala provinciale e comunale.

Inoltre, è importante considerare l'impegno dei potenziali partner per la sostenibilità e la loro disponibilità a sostenere il successo a lungo termine del progetto. Questo potrebbe essere dimostrato attraverso il loro curriculum di implementazione di pratiche sostenibili, il loro impegno con le comunità locali e la loro disponibilità a continuare a sostenere il progetto oltre la sua fase iniziale.

Infine, è importante valutare la disponibilità dei potenziali partner a collaborare attivamente nel progetto, garantendo un'adeguata comunicazione e una condivisione delle conoscenze e delle risorse. È possibile farlo attraverso la definizione di obiettivi comuni, la definizione di un piano di lavoro dettagliato e la definizione di un sistema di monitoraggio e valutazione delle attività.



Un mappa per nuove risorse

In parallelo e, quando possibile, con l'aiuto degli stessi partner delle altre realtà regionali, vanno mappati gli strumenti che ogni regione italiana mette a disposizione.
Per realizzare questo obiettivo, è necessario mettere in atto un processo di interviste con gli stakeholder locali del settore HORECA.
In totale, dovranno essere almeno 20 le interviste da realizzare al di fuori del Lazio. Le interviste
evidenzieranno non solo le opportunità di replicabilità, ma anche se esistono strumenti o proposte che integrano quanto si sta realizzando

nel progetto GRACE, evidenziando la diversità del tessuto socio-economico dei territori e la loro più o meno diversa vocazione agricola.
Questo processo è un approccio più rapido e concreto per sviluppare una "mappa" dettagliata del settore, comprensiva di tutti gli indicatori necessari (leggi, regolamenti, incentivi, marchi di qualità o territoriali, ecc.) per prevedere il successo di eventuali azioni di replicazione e trasferimento di buone prassi. La definizione di questi indicatori è di fondamentale importanza per garantire che le azioni intraprese siano efficaci e abbiano un impatto positivo sul settore HORECA a livello locale.

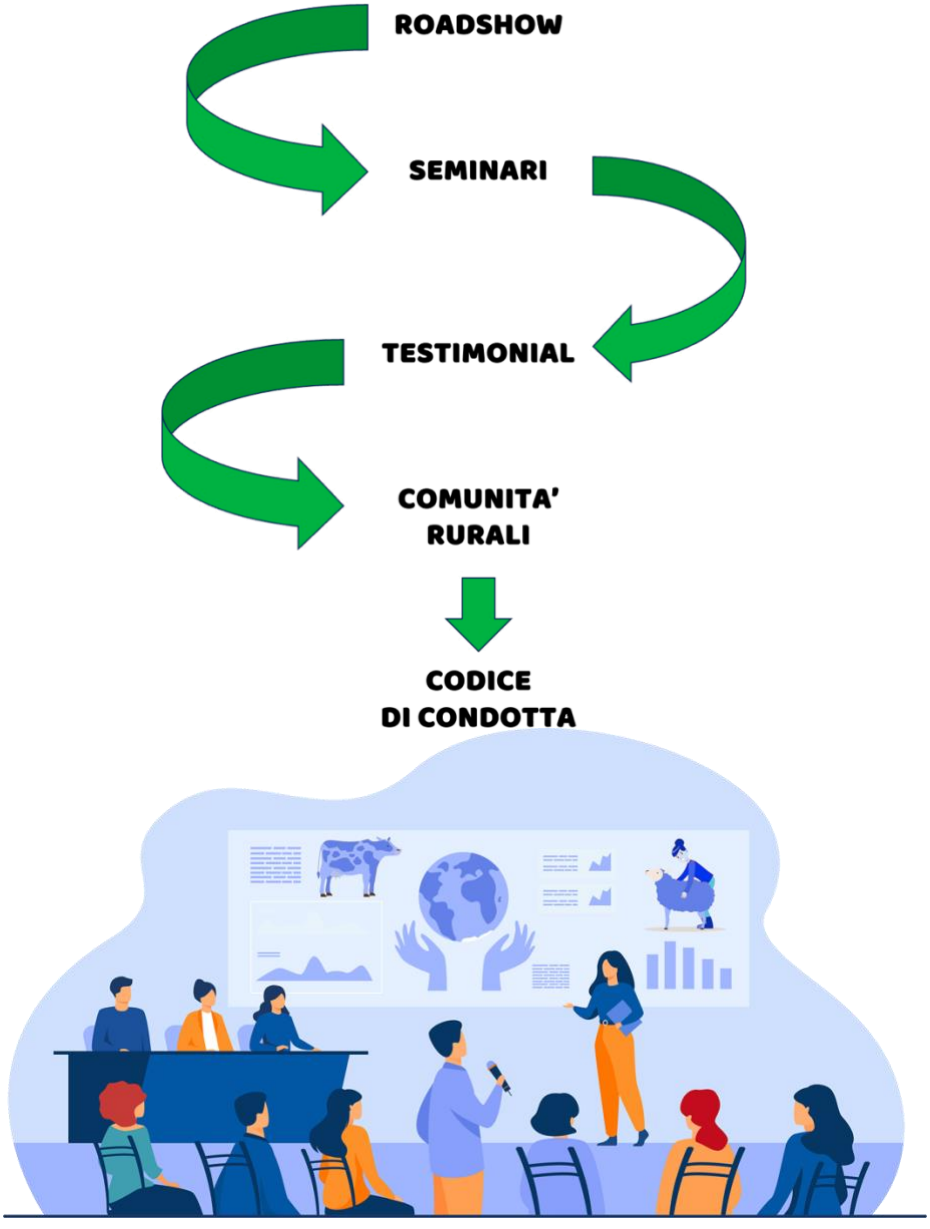
Codice di condotta

Uno strumento ulteriore a disposizione del Piano di replicabilità è il "Codice di condotta". Si tratta di una sintesi delle migliori pratiche di Life GRACE che contiene i principi dei tre modelli di cooperazione già sperimentati (co-marketing, conservazione e monitoraggio della biodiversità).
La sottoscrizione del Codice rappresenta un impegno simbolico a sperimentare nuovi modelli di sviluppo sostenibile e ad adottare un approccio sistemico, che favorisca la sinergia tra natura ed economia. Nel contesto del piano di replicabilità e trasferibilità, il Codice di condotta sarà utilizzato come un laboratorio per coinvolgere nuovi partner attraverso una serie di incontri e momenti, tra cui la firma collettiva del codice stesso, che ha un alto valore simbolico e unitario. Questa occasione di incontri e momenti sarà finalizzata a invitare nuovi partner a unirsi al progetto, promuovendo la collaborazione e la condivisione di conoscenze e buone pratiche.
In questo modo, il Codice di condotta diventa uno strumento per creare una rete di collaborazione tra i diversi stakeholder impegnati a sviluppare modelli di sviluppo sostenibile, favorendo la diffusione di una cultura orientata alla sostenibilità.
Il Codice di condotta è stato realizzato con un approccio partecipativo attraverso il coinvolgimento degli agricoltori che attuano le azioni B1, B2 e B3. Esso riassume, infatti, i tre modelli di cooperazione con un linguaggio chiaro ed immediato, come se fosse un "manifesto" che invita all'azione, ora e subito. Disponibile sul sito web di GRACE, la sottoscrizione del "Codice" è volontaria.

Il Codice di condotta sarà firmato e applicato da almeno 40 degli agricoltori coinvolti nelle azioni B1, B2 e B3 e da almeno altri 50. Il Codice di condotta va, inoltre, diffuso e presentato anche durante le attività dell'azione B.2 e in particolare quelle relative alla firma degli accordi ambientali.

Come avvicinare gli allevatori al Codice di condotta

Per convincere gli allevatori a sottoscrivere il Codice di condotta sarà importante adottare un approccio che tenga conto delle loro preoccupazioni e fornisca elementi incentivanti significativi.



5 REGOLE PER PROMUOVERE IL CODICE DI CONDOTTA

1. **Comunicare i vantaggi**
2. **Coinvolgere gli allevatori nel processo decisionale**
3. **Creare reti di collaborazione**
4. **Dimostrare risultati concreti**
5. **Sensibilizzazione e informazione**

Comunicare i vantaggi: illustrare chiaramente i benefici derivanti dalla sottoscrizione del codice di condotta. Sottolineare come pratiche e strumenti descritti possano migliorare la produttività a lungo termine, ridurre i costi di gestione, aumentare l'accesso a nuovi mercati e migliorare la reputazione delle carni sostenibili.

Coinvolgere gli allevatori nel processo decisionale: gli allevatori vanno coinvolti attivamente nella diffusione e dell'adozione del codice di condotta. Va garantito loro che ogni preoccupazione sarà presa in considerazione. Ciò li farà sentire parte integrante del processo e aumenterà la loro volontà di aderire e di far aderire.

Creare reti di collaborazione: va favorita e sollecitata la creazione di reti che si impegnino in un comune progetto di sostenibilità. Vanno, perciò, organizzati incontri, workshop o gruppi di discussione in cui gli allevatori possano condividere le loro esperienze, le sfide affrontate e le soluzioni adottate.

Dimostrare risultati concreti: agli allevatori vanno fatti vedere esempi di successo. Vanno messi in evidenza i risultati positivi ottenuti, come miglioramenti nella qualità del territorio, nella salute degli animali o nell'aumento della redditività. Queste testimonianze concrete possono essere un potente strumento di persuasione.

Sensibilizzazione e informazione: eventi, seminari o conferenze serviranno per sensibilizzare gli allevatori sull'importanza della sostenibilità nel pascolamento. Vanno coinvolti esperti del settore, presentate *best practice* e condivisi dati scientifici che dimostrino

l'impatto positivo delle pratiche sostenibili. Il coinvolgimento di professionisti riconosciuti può aumentare la credibilità del messaggio.
Riconoscimento e certificazioni: allo stesso modo va promossa la possibilità di ottenere certificazioni o riconoscimenti per gli allevatori che si impegnano nel rispetto del codice di condotta. Questi riconoscimenti possono essere utilizzati per differenziare i prodotti sul mercato e aumentare il valore percepito dai consumatori.
Tuttavia è necessario tenere a mente che ogni allevatore è diverso e potrebbe aver bisogno di approcci personalizzati. È importante ascoltare attentamente le loro preoccupazioni e fornire supporto su misura per garantire un'adesione volontaria e consapevole al codice di condotta.

Road show e incontri

Al fine di agevolare la replicabilità e la portabilità del progetto a livello nazionale, deve essere messo in pratica un ventaglio di iniziative che supera la semplice diffusione dei risultati e la creazione di reti con altre iniziative in corso, ma che abbia altresì l'obiettivo di trarre il massimo vantaggio dalle attività di diffusione in corso (Azione D). In particolare, si intende organizzare un road show articolato in almeno 5 seminari, con lo scopo di diffondere in maniera capillare l'esperienza acquisita con il progetto GRACE e incentivare l'utilizzo di tale progetto a livello più esteso. Tali attività vanno realizzate in stretta collaborazione con le associazioni di categoria degli agricoltori e di altri stakeholder.
Un roadshow potrà essere estremamente utile nel divulgare un progetto di conservazione della natura consentendo di raggiungere un pubblico più ampio, portando il messaggio del progetto in diverse località e coinvolgendo diverse comunità. Inoltre, il roadshow potrà creare l'opportunità di attivare il coinvolgimento diretto del pubblico,con un approccio interattivo o con attività pratiche che promuovano la comprensione e l'interesse verso il progetto. Inoltre, il roadshow può attrarre l'attenzione dei media locali e nazionali, aumentando la visibilità del progetto e generando una maggiore consapevolezza pubblica. Infine, il roadshow è un modo efficace per stabilire partenariati e collaborazioni con altre organizzazioni, enti governativi o aziende interessate alla conservazione della natura, ampliando così le risorse e le possibilità di successo del progetto.

I seminari all'interno del roadshow potranno coinvolgere anche strutture commerciali o svolgersi anche all'interno di istituti professionali (per esempio le scuole alberghiere) al fine di dare anche una diversa visibilità e fruibilità al progetto, con un forte segnale anche verso l'offerta formativa.

In aggiunta, verrà predisposta una serie di 3 incontri mirati a presentare i tre modelli nelle comunità rurali, con l'obiettivo di far conoscere le migliori pratiche e le principali azioni da mettere in pratica per ottenere risultati concreti. Tali iniziative sono mirate a coinvolgere diversi gruppi di agricoltori e a promuovere l'adozione di strategie efficaci per il raggiungimento di obiettivi concreti.

Il coinvolgimento delle comunità rurali nell'apprendimento e nell'implementazione delle migliori pratiche e delle principali azioni per ottenere risultati concreti nell'ambito della conservazione ha diverse utilità. Esse, infatti, svolgono un ruolo cruciale nella gestione delle risorse naturali e nella tutela dell'ambiente. Coinvolgendole direttamente, si promuove l'empowerment locale e si favorisce l'adozione di pratiche sostenibili a livello pratico come il progetto GRACE vuole ottenere.

Inoltre, coinvolgere le comunità rurali crea un senso di proprietà e responsabilità verso l'ambiente circostante: quando le persone si sentono coinvolte e parte di un processo decisionale, sono più inclini a sostenere e promuovere le azioni volte alla conservazione.
Infine, vanno valorizzate in questo percorso le grandi conoscenze che tali comunità hanno delle risorse naturali locali e delle pratiche tradizionali. Coinvolgendole, si può accedere a questi saperi integrandoli con le migliori pratiche scientifiche e creando un approccio sinergico alla conservazione.

Testimonial

Nel corso di questi incontri, inoltre, potranno essere invitati "testimonial" del percorso fatto: uomini e donne, prevalentemente agricoltori o allevatori, che possano illustrare il proprio percorso di successo nel solco dei modelli di cooperazione di Life GRACE.
I testimonial in una conferenza o, comunque, in evento pubblico svolgono un ruolo cruciale nell'apportare credibilità e autorevolezza all'evento stesso. Attraverso le loro esperienze e competenze, i testimonial possono condividere storie di successo, fornire prospettive uniche e ispirare il pubblico.
I testimonial possono anche fornire un'opportunità per stabilire connessioni e reti di contatti con professionisti influenti e esperti del settore. In sintesi, i testimonial contribuiscono a creare un ambiente informativo e coinvolgente, promuovendo il valore e l'interesse per la conferenza.
Nello specifico di GRACE, il valore aggiunto di queste testimonianze risiede nella loro capacità di fornire esempi concreti di come il progetto sia stato implementato con successo e quali siano i vantaggi dell'allevamento al pascolo per l'ambiente e la salute degli animali. Ciò può incoraggiare altri professionisti del settore ad adottare pratiche sostenibili nell'allevamento e può aumentare la consapevolezza sul tema.
Queste testimonianze saranno raccolte anche in una serie di video, fino a 20 protagonisti diversi, in modo da poterle diffondere anche via web e da proiettare agli incontri in assenza della loro presenza fisica.

GRACE *after* GRACE

La replicabilità del Progetto Life GRACE è uno degli obiettivi più importanti del suo lascito dopo la conclusione formale. Ad essa, anche sulla scorta dei risultati ottenuti e analizzandone il percorso, sarà dedicato un capitolo specifico del piano After Life.