



LA PARTECIPAZIONE DEGLI ALLEVATORI NELLA VALORIZZAZIONE DELLE CARNI PROVENIENTI DA ALLEVAMENTI IN AREE NATURA 2000

Alba Pietromarchi



REGIONE
LAZIO

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



DIPARTIMENTO
DI BIOLOGIA AMBIENTALE
SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



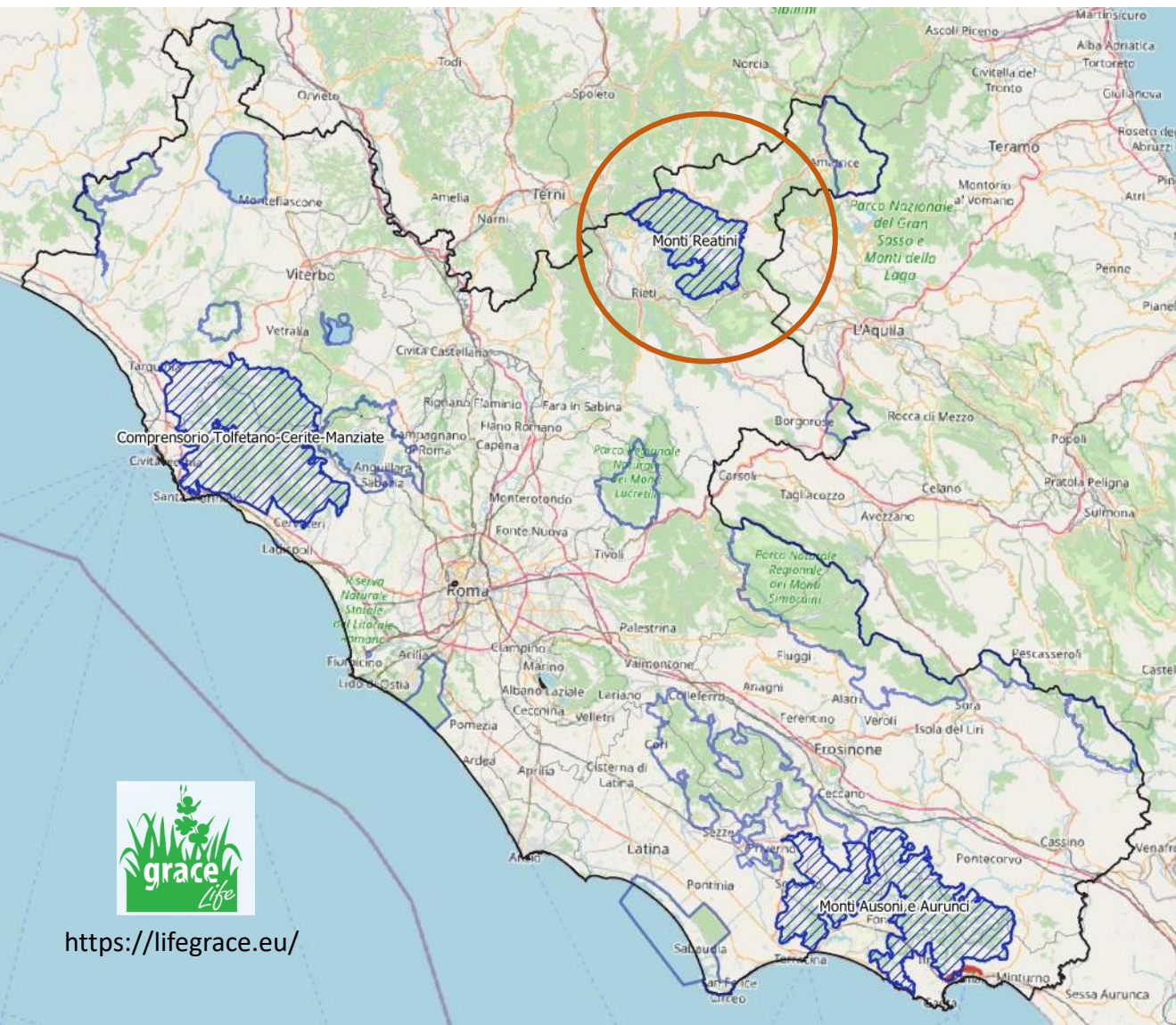
GF
green
factor

comunità
ambiente

Progetto Grace:

la conservazione degli habitat erbacei seminaturali, nei siti N2000 di progetto, per i quali si registra una progressiva rarefazione, può essere migliorata da:

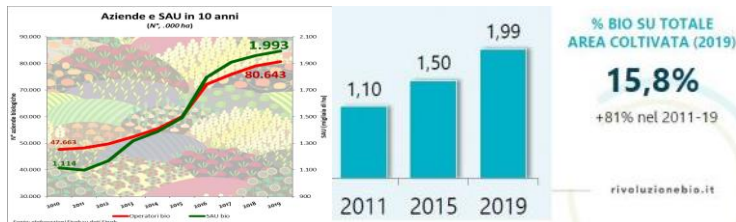
- > **accessibilità** e uso **razionale** dei pascoli;
- > coinvolgimento **attivo** degli allevatori;
- > recupero delle **razze autoctone**;
- > **approccio territoriale** (filiera, fino al consumatore);
- > **valorizzazione** della carne e delle produzioni derivanti da sistemi di allevamento incentrati sul *grass-fed*;
- > **relazione di filiera** e dei criteri che ispirano l'affidamento degli appalti per le forniture mense pubbliche



QUALE APPROCCIO PER CONSERVARE LA BIODIVERSITÀ?

BIODIVERSITÀ E BIOLOGICO COSTITUISCONO UN BINOMIO INDISSOLUBILE

F2F



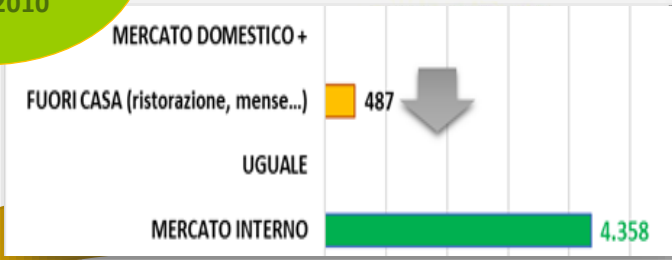
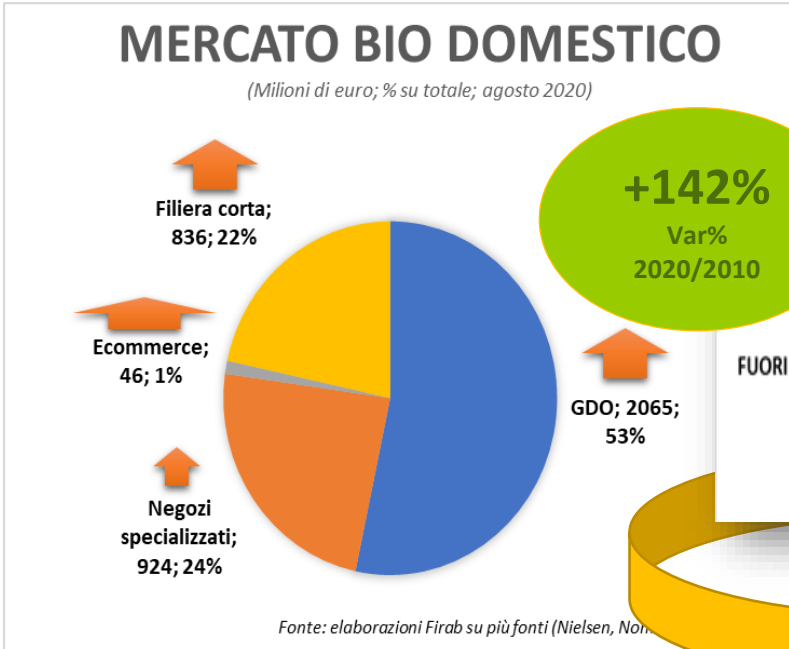
ALMENO IL **25 %**
DELLA SUPERFICIE AGRICOLA DELL'UE
INVESTITA A AGRICOLTURA BIOLOGICA
ENTRO IL 2030

IL RUOLO DEI CONSUMATORI

TUTELA AMBIENTALE. RUOLO DEI CITTADINI
Quale ruolo ricoprono i cittadini nella tutela dell'ambiente?

64 % RUOLO FONDAMENTALE
Tutti possiamo contribuire attivamente
anche con piccole azioni quotidiane

ENGAGEMENT. LE AZIONI PER TUTELARE L'AMBIENTE
TOP AZIONI INDIVIDUALI per contribuire
attivamente alla tutela dell'ambiente
(% Molto importante)



Filiera corta: opportunità per
agricoltori/allevatori e
consumatori



+66% carni bovine

Fonte: Firab su dati Sinab, Ismea, Nielsen, Nomisma

ACQUISTI AUMENTATI, PERCHÉ?

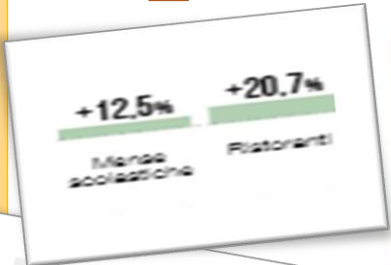
- + FAMIGLIE ACQUIRENTI (TASSO DI PENETRAZIONE 90,2%, 53% NEL 2012)
- + PRODOTTI BIO PRESENTI NEI DIVERSI CANALI DI VENDITA (+GDO)
- +VOGLIA DI BEN-ESSERE E PROGETTI DI VITA SOSTENIBILI A BIODIVERSITÀ AGGIUNTA
- +CONSUMATORI VERSO LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E ALIMENTI SANI SENZA PESTICIDI
- 67% DEI CONSUMATORI REPUTA CHE I PRODOTTI BIO SIANO DI QUALITÀ SUPERIORE
- 95% DEI CONSUMATORI BIO ITALIANI È INTERESSATO A NUOVI PRODOTTI BIO

+ **BIO**
+ **BIOdiversità**

QUINDI...



FILIERA CORTA



SOCIALIZZARE I TEMI DEL GRASS-FED

VENDITA DIRETTA

2.857 AZIENDE CON VENDITA DIRETTA+
236 MERCATINI+
797 GRUPPI D'ACQUISTO+



RISTORAZIONE E OSPITALITÀ

543 RISTORANTI & CO
1.405 MENSE SCOLASTICHE+
1.466 AGRITURISMI+



ALLEVAMENTO ESTENSIVO E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIO-ECONOMICA CON LA PARTECIPAZIONE ATTIVA DEGLI ALLEVATORI

→ filiera allevatoria e la relazione tra allevatori e preparatori: migliorare  accesso filiera corta

→ comunicazione: socializzare i temi del grass-fed, del bio

→ consumo +consapevole

Mantenere in vita l'allevamento estensivo di razze locali → opportunità di mercato → aumento del reddito, zootecnica e ecoturismo → interventi di politica agroambientale → tutelare biodiversità che i pascoli custodiscono!

Tra le azioni previste, si prevede una **MIGLIORE VALORIZZAZIONE DELLE CARNI PROVENIENTI DA ALLEVAMENTI SOSTENIBILI** e a predisporre iniziative territoriali a supporto della conduzione aziendale.

INDAGINE SUGLI ASPETTI SOCIOECONOMICI CONNESSI ALL'ALLEVAMENTO ZOOTECNICO BASATO SUL PASCOLO ESTENSIVO

Sezione A: Caratteristiche aziendali

A1. Nome dell'azienda zootecnica

A2. Avere produzione biologica? Sì No

A3. Quali è la forma gestionale della sua azienda?

A4. Faccia il tipo del Capostipite

A5. Genere del Capostipite

A6. Quali è l'attività prevalente della sua azienda?

A7. C

A8. B

grace Life

Sezione B: Caratteristiche del pascolo

B1. Come è rappresentato da

B2. Altri interventi, compilate le seguenti caselle di

Sezione C: Caratteristiche del prodotto

C1. Come è rappresentato da

C2. Altri interventi, compilate le seguenti caselle di

<https://sondaggi.firab.it/index.php/373514>



*“E’ tempo che i genitori insegnino presto ai giovani
che nella diversità c’è bellezza e c’è forza”*

Maya Angelou

Grazie dell’attenzione

Alba Pietromarchi
alba.pietromarchi@firab.it