

Nüstran Dabün nostrano davvero

Riferimenti

Tipo di progetto

Gruppo Operativo

Acronimo

Nustran

Tematica

Mercati locali e filiere corte

Focus Area

3a) Migliore integrazione dei produttori primari nella filiera agroalimentare attraverso i regimi di qualità, mercati locali e filiere corte

Informazioni

Periodo

2019 - 2022

Durata

36 mesi

Partner (n.)

11

Regione

Piemonte

Comparto

Multifiliera

Localizzazione

ITC14 - Verbano-Cusio-Ossola

Costo totale

€455.618,60

Fonte di finanziamento principale

Programma di sviluppo rurale

Programma di sviluppo rurale

2014IT06RDRP009: Italy - Rural Development

Programme (Regional) - Piemonte

Parole chiave

Filiera, marketing e consumo

Gestione del paesaggio e del territorio

Qualità, trasformazione e nutrizione

Stato del progetto

completato



Attività

“Nustran Dabun” è una filiera “dal produttore al consumatore” di prodotto esclusivamente dell'Ossola. Prevede: la creazione di un laboratorio per prodotti take away, di un punto vendita per la filiera; la creazione di un Centro sperimentazione per prodotti tipici; la creazione di un punto di visibilità per i prodotti e le aziende. Prevede anche: recupero e coltivo di terreni di montagna abbandonati e sharing economy sui prodotti; allevamento a impatto zero non intensivo per il ripristino di carni avicole e altre carni; la creazione di un sistema interattivo per la tracciabilità dei prodotti.

Contesto

Il progetto “Nustran dabun” nasce per superare il problema che molti operatori del settore agricolo e non solo hanno individuato nell'assenza di cooperazione tra i diversi soggetti che operano nel territorio ossolano in ambito agricolo, di trasformazione e vendita. In assenza di processi di scambio di informazioni e di una collaborazione fattiva tra questi, non può esistere quella filiera corta che si è dimostrata un tempo fondamentale per l'economia delle aree marginali come questa. Negli anni si è assistito all'abbandono costante del territorio (dovuto anche alla vicinanza con la Svizzera che ha indotto diverse generazioni a intraprendere una vita basata sul transfrontalierato). Ciò ha portato a un degrado che solo negli ultimi anni è stato combattuto da azioni di nuova economia da parte di poche aziende, sentinelle della tradizione.

Per rinforzare i tentativi di ripresa di coltivazioni e produzioni che non sono ancora riuscite a creare unicità e originalità del lavoro locale, nasce la filiera che avrà lo scopo di coltivare a livello locale una serie di varietà (patate, cereali, fieno per foraggio, fagioli, ecc...) e ad allevare quel quantitativo di bestiame che rendeva possibile un “sostentamento quasi autoctono”. A ciò

si aggiunga la necessità di informazione per azioni di questo tipo, con tutti gli strumenti, anche multimediali, di ultima generazione che al servizio della filiera "Nustran dabun" porteranno alla creazione di un vero e proprio brand dell'Ossola.

Partenariato

Ruolo	Azienda	Address	Telefono	E-mail
Capofila	Fondazione L'UniversiCà la bottega dei mestieri	c/o Biblioteca San Giulio (Frazione Gagnone) 28853 Druogno VB Italia	0321 231655	info@universica.it
Partner	Francini Anna Maria	via Circonvallazione, 24 28853 Druogno VB Italia	349 0957982	am.francini@libero.it
Partner	Agricoltura Francini	Via Domodossola, 27 28853 Druogno VB Italia	0324 93149	agricolturefrancini@libero.it
Partner	Panificio Conti di Conti Massimo & C s.n.c.	Via Bonardi, 4 frazione Coimo 28853 Druogno VB Italia	0324 93383	panificioconti@sicurezzapostale.it
Partner	Necchi Stefania	Via Roma, 17 28856 Re VB Italia	388 372 7036	ste-giu2015@libero.it
Partner	Europa s.r.l.	via Regione Siberia, 1/A 28845 Domodossola VB Italia	0324 240004	info@moteleuropa.net
Partner	De Petris Pollini Maurizio	via Aldo Moro, 5 frazione Buttogno 28857 Santa Maria Maggiore VB Italia	0324 905495	depetrispollinimaurizio@pec.it

Ruolo	Azienda	Address	Telefono	E-mail
Partner	Laboratorio Chimico Camera di Commercio di Torino	via Ventimiglia, 165 10127 Torino TO Italia	011 6700222	Paolo.vittone@lab-to.camcom.it
Partner	Ceriotti Moira Angela	Via Azari, 8 28856 Re VB Italia	327 959 5776	angelamoira.ceriotti@gmail.com
Partner	Mediaper s.r.l.	Via San Francesco d'Assisi, 20/A 28100 Novara NO Italia	3474691226	mediapersrl@gmail.com
Partner	Azienda agricola Valle del Rosa di Vercelli Barbara	Via Dottor Camillo Roi 6 28871 Bannio Anzino VB Italia	349 5701238	azienda.valledelrosa@libero.it

Innovazioni

Descrizione

Si intende costruire e avviare un laboratorio di trasformazione di prodotti agricoli per la produzione di specialità gastronomiche precotte tipiche del territorio dell'Ossola da rendere disponibili in modalità take away da asporto. Al momento sul mercato locale, non esistendo una filiera del prodotto tipico ossolano coltivato, trasformato, venduto interamente sul territorio, tali specialità tipiche non sono acquistabili dai consumatori. Si darà quindi la possibilità di acquistare (presso punti vendita della filiera e presso una rete locale) tali specialità, prodotte con tuberi e fagioli biologici certificati. I principali benefici sono rappresentati da: una disponibilità al consumatore di prodotti gastronomici precotti tradizionali finora non in commercio; prodotti finali di qualità con l'uso di materie prime coltivate esclusivamente nel territorio con certificato biologico; una produzione artigianale su piccola scala e senza l'uso di additivi industriali; un ampliamento delle conoscenze delle aziende agricole; un adattamento delle aziende alle richieste del mercato di disporre di precotti di facile consumo ma di qualità; un aumento del fatturato una volta a regime. Tale innovazione è utilizzabile da aziende agricole operanti nell'area del Vco che vorranno aderire alla filiera e anche in altre aree rurali con prodotti di simile caratteristica. Non di meno importante è l'aspetto di collaborazione tra diverse aziende del GO: i coltivatori che forniranno la materia prima, apprenderanno poi da aziende della ristorazione del Go le modalità di preparazione dei prodotti gastronomici e diventeranno quindi agricoltori-trasformatori curando l'intera filiera (coltivazione - trasformazione - commercializzazione).

Settore/comparto

Prodotti ortofrutticoli trasformati

Area problema

Nuovi e migliorati prodotti alimentari derivati dalle produzioni di pieno campo

Processi di trasformazione dei prodotti primari

Effetti attesi

Diversificazione dei prodotti

Miglioramento commercializzazione

Miglioramento qualità prodotto

Descrizione

L'innovazione consiste nella costruzione e avvio di un centro di sperimentazione per il recupero di antiche tradizioni alimentari della Valle Vigezzo, con produzione di prodotti da forno tipici non al momento in commercio. Tale centro sarà attivato a Coimo, piccolissima frazione periferica montana di Druogno. L'innovazione prevede lo sviluppo della produzione con successiva commercializzazione delle tipiche "Amiasc" (miacce) di Coimo. A tal fine si realizzerà un prototipo sperimentale per una linea di produzione e confezionamento di tali Amiasc che saranno poi vendute nei punti vendita di filiera e in una rete selezionata. La seconda azione vedrà la produzione, per tutto l'anno, di altre specialità dolciarie coimesi: la "Turta seca" e il "Panetun". Tali operazioni verranno svolte in collaborazione con un'altra azienda del GO che si occupa di produzioni di pasticceria e utilizzeranno materie prime esclusivamente autoctone coltivate dall'azienda agricola stessa che effettuerà anche la molitura del grano per le farine e la trasformazione del prodotto. I prodotti saranno realizzati anche in versione senza glutine (con opportune separazioni delle linee produttive). Per i consumatori e la comunità locale il beneficio sarà quello del recupero di ricette tradizionali antiche che rischiano di andare irrimediabilmente perdute e l'avvio della produzione e commercializzazione di prodotti tipici locali. Per l'azienda i benefici consistono nell'introduzione di un nuovo settore riguardante la trasformazione di prodotti e la molitura di farine con la disponibilità di un centro laboratoriale da utilizzare in futuro anche per ulteriori produzioni tipiche e con un conseguente aumento del fatturato una volta a regime.

Settore/comparto

Cereali

Area problema

Processi di trasformazione dei prodotti primari

Effetti attesi

Incremento dei margini di redditività aziendali

Diversificazione dei prodotti

Descrizione

Si prevede l'avvio di una nuova produzione del "Pane Nero di Coimo" utilizzando esclusivamente farina di segale e frumento biologici ottenuti da una produzione finalmente autoctona. Conosciuto già come prodotto d'eccellenza il pane nero è da tempo realizzato con farine acquistate e prodotte non in loco. L'innovazione consiste nell'utilizzo di cereali coltivati in Valle da aziende agricole della filiera che si occuperanno anche della molitura e trasformazione in farina da fornire al noto panificio coimese che potrà reintrodurre il vero pane nero tradizionale, anche in varianti con noci o castagne (sempre autoctone e ottenute dalla filiera grazie al recupero di terreni abbandonati). I benefici per le aziende risultano: l'avvio di una nuova linea di produzione in filiera; economici per la proposta di un prodotto originale nel rispetto della tradizione; l'innalzamento della qualità con l'utilizzo di farine bio e non industriali; l'incremento dell'immagine aziendale nei confronti della comunità locale e dei consumatori-turisti. Per i consumatori il vantaggio è rappresentato dalla messa a disposizione di un prodotto di eccellenza davvero nostrano.

Settore/comparto

Cereali

Area problema

Componenti della tipicità dei prodotti primari e dell'agroindustria e controllo dei processi produttivi

Nuovi e migliorati prodotti alimentari derivati dalle produzioni di pieno campo

Effetti attesi

Miglioramento commercializzazione

Miglioramento qualità prodotto

Descrizione

Tale innovazione consiste nella creazione di punti di visibilità e di vendita dei prodotti tipici dell'Ossola facenti parte della filiera Nustran Dabun. Si costruirà un punto vendita in zona di grande afflusso (piana di Domodossola) nel quale il consumatore finale troverà esclusivamente prodotti orticoli, prodotti trasformati (precotti take away e da forno), prodotti avicoli certificati dalla filiera e prodotti dalle aziende del GO. Inoltre si attiverà un punto di visibilità presso la sede di un grande polo culturale nevralgico (Università di Druogno) atto a informare dal punto di vista culturale e alimentare i consumatori dei vantaggi nel consumo di prodotti autoctoni, molti dei quali certificati anche biologici promuovendo le attività di filiera. I benefici per i consumatori saranno: la possibilità di trovare prodotti con una filiera veramente locale e non "fake"; la sicurezza di disporre in tali punti di prodotto tracciabile totalmente (anche con l'ausilio di schermi e totem per l'approfondimento); la possibilità di acquistare preparazioni tipiche dop o tradizionali non in commercio in altre zone italiane o locali. Per le aziende i benefici porteranno a: un avvio di una rete di vendita e scambio di informazioni continuo nella filosofia progettuale della diffusione della conoscenza; la possibilità di usufruire di vetrine di grande risalto per le aziende e i prodotti; l'aumento del fatturato e maggiore conoscenza dei brand aziendali e della filiera; la promozione delle "buone modalità" di produzione con la valorizzazione delle imprese; la diffusione di una cultura del prodotto agricolo montano tradizionale d'eccellenza a vantaggio di tutto il territorio.

Settore/comparto

Prodotti ortofrutticoli trasformati

Area problema

Attività di gruppi (*organizzazioni di produttori, cooperazione, centri di raccolta e stoccaggio dei prodotti, catene di distribuzione, ecc.), di forme organizzative della produzione e mercati

Processi di comunicazione, formazione professionale, assistenza tecnica e consulenza ai coltivatori e allevatori

Effetti attesi

Miglioramento commercializzazione

Incremento dei margini di redditività aziendali

Descrizione

L'innovazione consiste nella creazione di un brand originale di filiera con lo sviluppo di un sistema interattivo di tracciabilità dei prodotti per l'informazione dei consumatori. I prodotti agricoli e alimentari ossolani non sono ancora riconoscibili in modo univoco. L'innovazione introduce un marchio registrato, tutelato da un protocollo gestito da un ente indipendente nell'ambito della diffusione della cultura e conoscenza, e assegnato a quelle aziende che rispettano i principi del progetto: coltivato, trasformato, commercializzato nel territorio di riferimento. A questo si lega indissolubilmente lo sviluppo di un sistema di tracciabilità facilmente consultabile dai consumatori attraverso la tecnologia "Qr-code". Con la scansione delle etichette dei prodotti o dei materiali di informazione siti nei punti vendita, il consumatore finale conoscerà approfonditamente: modalità e luoghi di produzione-trasformazione, informazioni nutrizionali e organolettiche e non meno importante, il racconto di un territorio che dà origine alla produzione. Benefici per le aziende: l'adesione a un protocollo di qualità garantito; visibilità presso l'ampio pubblico che utilizzerà il sistema online di tracciabilità; possibilità di usufruire di uno strumento di marketing territoriale che singolarmente non potrebbero sostenere. Benefici per i consumatori: la certezza di una tracciabilità di prodotto; una maggiore conoscenza dei produttori primari e del territorio.

Area problema

Attività di gruppi (*organizzazioni di produttori, cooperazione, centri di raccolta e stoccaggio dei prodotti, catene di distribuzione, ecc.), di forme organizzative della produzione e mercati

Processi di comunicazione, formazione professionale, assistenza tecnica e consulenza ai coltivatori e allevatori

Effetti attesi

Miglioramento commercializzazione

Valorizzazione/tutela paesaggio

Descrizione

L'innovazione consiste in quello che si potrebbe definire "coltivazione a domicilio". In realtà si tratta di un processo che porterà al recupero di terreni e abbandonati e incolti in territorio montano e spesso di difficile lavorazione. L'innovazione prevede un lavoro simultaneo di imprese agricole ed edili in più step. Il primo passo riguarda la pianificazione dell'intervento con l'individuazione di terreni privati un tempo destinati a prato o coltivo e ora da riqualificare. Il secondo passo prevede l'intervento di aziende agricole in grado di procedere con coltivazioni (anche biologiche) che rispettino la naturale rotazione colturale per la loro messa a reddito. Il terzo passaggio riguarda l'attivazione di una azione di sharing economy con la possibilità per il proprietario del terreno di decidere se trattenere una parte, la totalità della produzione o se optare per la cessione alla filiera per l'immissione sul mercato di quanto coltivato. L'innovazione procura benefici per i proprietari dei terreni che altrimenti rimarrebbero abbandonati; per il territorio che vede il recupero paesaggistico (mortificato da rovi, sterpaglie spesso causa di incendi). Si propone inoltre in via sperimentale la possibilità di superare le criticità verificatesi nella valle montana nell'attivazione dell'accorpamento fondiario (oggi di difficile accesso per la troppa diversificazione dei proprietari). Benefici economici deriveranno dall'introduzione di un concetto di sharing economy di vendita dei prodotti alla filiera per l'immissione sul mercato; dalla creazione di posti di lavoro per gli operai agricoli; dalla possibilità di intervenire anche in piccoli terreni (es. orti) con costi altamente competitivi e con aziende specializzate

Settore/comparto

Prodotti ortofrutticoli trasformati

Area problema

Evoluzione economica e sociale degli ambienti rurali

Effetti attesi

Miglioramento produttività

Miglioramento qualitativo dei suoli

Valorizzazione/tutela paesaggio

Descrizione

L'innovazione intende sviluppare un settore che vada a sopperire alla forte carenza soprattutto di allevamento avicolo nel territorio di riferimento (Valle Ossola). L'innovazione consiste nel realizzare degli allevamenti a impatto zero (che prevedano simultaneamente al massimo cinquanta capi di pollame o di altre specie avicole). Tali azioni si concretizzeranno con l'adozione di "pollai mobili" che consentiranno di introdurre l'allevamento di pollame sia per l'azienda autorizzata e detentrica delle necessarie attrezzature, sia per altre aziende che non operano nel campo dell'agricoltura (es. ristoranti) che potranno rivolgersi all'azienda in questione per la produzione di carni, uova in una filiera produttiva garantita e certificata. I benefici riguardano: sviluppo di un settore carente di allevamento nel territorio montano; beneficio economico per aziende agricole del territorio dovuto all'allevamento in loco dei capi e non alla "importazione" (seppur nazionale) dei prodotti avicoli. Per i consumatori finali risulta beneficio la possibilità di disporre di carni e prodotti avicoli, allevati in loco e certificati da una filiera territoriale di qualità.

Settore/comparto

Carni di pollame

Uova

Area problema

Nuovi e migliorati prodotti alimentari di origine animale (carni, latte, uova, pesce ecc.)

Produzioni animali con maggiore accettabilità dai consumatori

Effetti attesi

Miglioramento produttività

Miglioramento qualità prodotto

Incremento dei margini di redditività aziendali

Descrizione

L'innovazione consiste nella creazione di un sistema che, mettendo in filiera produttore-ristoratore-consumatore, introduca e favorisca il consumo di antichi sapori ossolani. A tal riguardo si prevede di favorire il recupero dell'allevamento di una razza di maiale nero piemontese presente in passato anche in Valle Anzasca, garantendo la fornitura di insaccati e carni tutto l'anno ai ristoratori ossolani. I benefici principali sono: sviluppo di un settore carente di allevamento nel territorio montano; reintroduzione di allevamento una razza suina locale; beneficio economico per aziende agricole del territorio dovuto all'allevamento in loco dei capi e non alla "importazione" (seppur nazionale). Per le aziende di ristorazione il beneficio consiste nella possibilità di proporre tutto l'anno prodotti insaccati veramente ossolani in un'ottica di sviluppo del turismo alimentare. Per i consumatori finali risulta benefico la possibilità di disporre di carni allevate in loco e certificate da una filiera territoriale di qualità.

Settore/comparto

Carni suine

Area problema

Produzioni animali con maggiore accettabilità dai consumatori

Effetti attesi

Incremento dei margini di redditività aziendali

Miglioramento produttività

Miglioramento qualità prodotto
