

# “DALLE CENERI DEL CORONAVIRUS”

**PROPOSTA DI REVISIONE DELLA SSL DEL GAL PONTE LAMA A SEGUITO  
DELLA CRISI SOCIO-ECONOMICA DOVUTA AL COVID-19**

## SOMMARIO

1. PREMESSA .....	3
2. ANALISI DEL CONTESTO SOCIO ECONOMICO DELL'AREA GAL.....	3
FOCUS SUL SETTORE AGRICOLO.....	6
FOCUS SUL SETTORE DELLA PESCA .....	9
FOCUS SULLA FILIERA AGROALIMENTARE .....	10
FOCUS SUL SETTORE TURISTICO E DELLA RISTORAZIONE .....	12
3. LA STRATEGIA POST CORONAVIRUS COVID 19: RIPARTIRE CON UN NUOVO MODELLO.....	15
4. INDICAZIONI INTERVENTI STRATEGIA POST CORONAVIRUS COVID-19 .....	17
INDICAZIONE N. 1: FORMAZIONE ADEGUATA ALLE IMPRESE AGROALIMENTARI A SEGUITO DEI CAMBIAMENTI DOVUTI DALL'EMERGENZA EPIDEMICA COVID-19 .....	17
INDICAZIONE N. 2: ADEGUARE I SISTEMI DI COMMERCIALIZZAZIONE DELLE IMPRESE CONSIDERANDO LE NUOVE ABITUDINI DEI CONSUMATORI A SEGUITO DELL'EMERGENZA EPIDEMICA DEL COVID-19: FAVORIRE IL COMMERCIO ON-LINE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI .....	18
INDICAZIONE N. 3: FAVORIRE L'AGGREGAZIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI AL FINE DI POTENZIARNE IL POTERE CONTRATTUALE, IN PARTICOLARE CON LA GDO .....	18
INDICAZIONE N. 4: ASSICURARE MANODOPERA PER IL SETTORE AGRICOLO .....	19
INDICAZIONE N. 5: SOSTEGNO, ANCHE FINANZIARIO, PER IL SETTORE DELLA RISTORAZIONE LOCALE .....	20
INDICAZIONE N. 6: PROMUOVERE NUOVE FORME DI TURISMO SLOW, ENOGASTRONOMICO ED INCENTRATE SUL BINOMIO PRODOTTO-TERRITORIO.....	20

## 1. PREMESSA

L'epidemia del coronavirus ha principalmente causato malattia e morte, quella vera, quella reale, quella dei carri dell'esercito che trasportano le bare dei defunti.

Immagini fortissime che rimarranno indelebili nelle nostre menti ma che, indirettamente, influiscono anche sul nostro futuro. Un futuro prossimo, quasi immediato.

Che cosa sarà della nostra organizzazione economica quando il coronavirus avrà abbassato la sua virulenza?

Come cambieranno le nostre abitudini?

Proviamo a dare qualche risposta ed a tracciare alcuni segmenti strategici.

## 2. ANALISI DEL CONTESTO SOCIO ECONOMICO DELL'AREA GAL

### PRINCIPALI INDICATORI DEMOGRAFICI DEL TERRITORIO DEL GAL PONTE LAMA (2019)

INDICATORI	BISCEGLIE	MOLFETTA	TRANI	TOTALE
<b>Popolazione</b>	55.251	59.291	55.851	<b>170.393</b>
<b>Uomini</b>	27.423	30.524	27.652	<b>85.599</b>
<b>Donne</b>	27.828	28.767	28.199	<b>84.794</b>
<b>Densità di popolazione (km2)</b>	797,84	1.005,44	540,09	<b>735,62</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, Censimento della popolazione e delle abitazioni – Anno 2019

Analizziamo di seguito alcuni dati indicativi dell'attuale contesto socio-economico dell'area GAL.

La tabella degli indicatori demografici fa rilevare un dato importante: l'elevata densità di abitanti per km2, assolutamente più alta rispetto alla media della Puglia (207,39 ab/km2) sia a quella italiana (196,75 ab/km2).

L'area GAL è quindi un territorio densamente popolato. I fenomeni pandemici, ovviamente, hanno più possibilità di diffusione laddove vi è una forte densità di abitanti per unità di superficie, e ciò comporterà per la nostra popolazione un radicale cambiamento delle abitudini sociali in quanto si eviteranno in primis assembramenti e si cercherà di assicurare il più possibile e per lungo tempo il famoso "distanziamento sociale".

### LA STRUTTURA PER ETÀ DELLA POPOLAZIONE DELL'AREA GAL (2019)

FASCE DI ETÀ	BISCEGLIE		MOLFETTA		TRANI		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
<b>0-14 anni</b>	7.779	14%	7.451	13%	7.529	13%	<b>22.759</b>	<b>13%</b>
<b>15-34 anni</b>	12.349	22%	12.529	21%	12.856	23%	<b>37.734</b>	<b>22%</b>
<b>35-64 anni</b>	24.296	44%	24.766	42%	24.604	44%	<b>73.666</b>	<b>43%</b>
<b>Over 65 anni</b>	10.827	20%	14.545	25%	10.862	19%	<b>36.234</b>	<b>21%</b>
<b>Totale residenti area GAL</b>	<b>55.251</b>	<b>100</b>	<b>59.291</b>	<b>100</b>	<b>55.851</b>	<b>100</b>	<b>170.393</b>	<b>100</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, Censimento della popolazione e delle abitazioni – Anno 2019

La tabella relativa alla struttura per età della popolazione dell'area GAL mostra che siamo tendenzialmente abbastanza vecchi (età media 46 anni). Gli anziani hanno dimostrato di essere i più vulnerabili al fenomeno pandemico del COVID-19 e sono quelli che, più di ogni altra fascia di età, dovranno evitare per un lungo periodo gli assembramenti ed assicurare più che mai il distanziamento sociale. Questo significa che i nostri anziani dovranno abituarsi ad approvvigionarsi attraverso il servizio a domicilio, come del resto gran parte della nostra popolazione.

#### CITTADINI STRANIERI DELL'AREA GAL (2019)

TERRITORIO	N. STRANIERI	% STRANIERI SU TOTALE POPOLAZIONE
	2019	2019
Bisceglie	1.458	2,6%
Molfetta	1.547	2,6%
Trani	2.085	3,7%
<b>Totale area GAL</b>	<b>3.682</b>	<b>2,9%</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, Censimento della popolazione e delle abitazioni – Anno 2019

Nell'area GAL a partire dal 2001 l'incremento demografico è soprattutto frutto del positivo contributo dei flussi migratori dall'estero. Circa il 3% dei residenti censiti nell'area GAL nel 2019 sono, infatti, stranieri.

Più o meno le stesse sono le zone di provenienza dei cittadini stranieri censiti nel 2019, e possiamo registrare maggiormente presenze di albanesi, rumeni, marocchini e ucraini.

Nell'area GAL i cittadini stranieri sono principalmente impegnati nel settore agricolo ed in quello dei collaboratori domestici (colf e badanti).

Focalizziamo l'attenzione sul comparto agricolo.

Le aziende agricole italiane rischiano di dover fare i conti con la fuga di lavoratori stranieri.

Vi sono numerosissime disdette degli impegni di lavoro da parte di molti addetti stranieri in Italia che trovano regolarmente occupazione stagionale in agricoltura fornendo il 27% del totale delle giornate di lavoro necessarie al settore. La comunità di lavoratori agricoli più presente in Italia – spiega Coldiretti – è proprio quella rumena con 107.591 occupati, davanti a marocchini con 35.013 e indiani con 34.043, che precedono albanesi (32.264), senegalesi (14.165), polacchi (13.134), tunisini (13.106), bulgari (11.261), macedoni (10.428) e pakistani (10.272).

Il nostro territorio è in linea con questi dati. Nel momento in cui è a rischio di permanenza una buona parte del 27% della forza lavoro del settore agricolo è "obbligatorio" preoccuparsi e delineare una strategia di impatto e ricercare virtuose soluzioni per contrastare tale fenomeno.

### LIVELLO DI ISTRUZIONE DELLA POPOLAZIONE RESIDENTE (2019) – VALORE PERCENTUALE

TERRITORIO	ANALFABETI	ANALFABETI PRIVI DI TITOLO DI STUDIO	LICENZA SCUOLA ELEMENTARE	LICENZA SCUOLA MEDIA INFERIORE O AVVIAMENTO PROFESSIONALE	DIPLOMA SCUOLA SECONDARIA SUPERIORE	LAUREA
<b>Bisceglie</b>	3,22%	10,4%	21,6%	31,2%	25,4%	8%
<b>Molfetta</b>	1,4%	10,7%	22,7%	25,1%	28,9%	10,9%
<b>Trani</b>	1,6%	9,2%	22,1%	31,3%	27,1%	8,4%
<b>Totale area GAL</b>	<b>2%</b>	<b>10,1%</b>	<b>22,1%</b>	<b>29%</b>	<b>27,2%</b>	<b>9,2%</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, 15° Censimento della popolazione e delle abitazioni – Anno 2011

I dati del livello di istruzione nel territorio analizzato sono abbastanza in linea con quelli nazionali.

Al netto degli analfabeti e dei detentori della sola licenza elementare che comunque rappresentano una percentuale superiore al 32%, una grossa fetta della popolazione ha un livello di istruzione tale da poter innescare nuovi percorsi formativi adeguati ad una “diversa normalità post coronavirus”. Ci riferiamo, ad esempio, al più che probabile e necessario ricorso agli acquisti on line.

In tale contesto, sarà necessario accrescere le competenze delle aziende dell’agroalimentare in ordine all’utilizzo delle nuove tecnologie utili alla commercializzazione on line dei propri prodotti.

### FORZE DI LAVORO E OCCUPATI PER SETTORI DI ATTIVITÀ ECONOMICA E PER SESSO (2011)

INDICATORI	BISCEGLIE	MOLFETTA	TRANI
<b>Pop. &gt; 15 anni</b>	46.032	52.260	47.047
<b>Forze lavoro</b>	21.893	22.744	21.787
<b>Occupati</b>	17.999	19.566	17.373
<b>Agricoltura e Pesca</b>	2.085	1.286	1.201
<b>Industria</b>	3.562	4.596	4.778
<b>Servizi</b>	12.352	13.684	11.394
<b>Disoccupati</b>	24.139	29.516	25.260

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, 15° Censimento della popolazione e delle abitazioni – Anno 2011

La tabella della forza lavoro e degli occupati riporta altri approfondimenti.

In premessa, si rileva l’elevatissimo numero di disoccupati o potenziali tali che rappresenta circa il 50% del totale.

In seconda istanza un approfondimento sui settori economici.

È possibile fare qualche considerazione sull’impatto territoriale immediato della crisi utilizzando i seguenti dati forniti dall’Istat nella “Memoria” presentata al Senato il 25 marzo scorso.

L’Istat prova a ricostruire la distribuzione settoriale e dimensionale delle imprese e degli occupati nei settori di attività economica “sospesi” (quelli formalmente chiusi, ad eccezione di parte delle attività svolte in forme di lavoro a distanza) dai due DPCM: quello dell’11 marzo sul cosiddetto “lockdown”, che colpiva particolarmente le attività terziarie, e quello del 22 marzo, che ha disposto il fermo anche di attività economiche manifatturiere. La percentuale degli occupati

convenzionalmente “attivi”, appartenenti cioè a settori considerati essenziali, è del 100% in alcuni comparti del terziario pubblico e privato (trasporti e magazzinaggio, informazione e comunicazione, finanza e assicurazioni); scende al 94% per l’agricoltura e al 75% per alcuni servizi professionali; è pari al 55% nel commercio, al 40% circa nell’industria (manifatturiera e delle costruzioni), al 19% negli altri servizi collettivi e personali e infine al 14% negli alberghi e ristoranti (Tav. 1)

#### PERCENTUALE DI OCCUPATI ATTIVI PER SETTORE DI ATTIVITÀ

Settori	% Attivi
Trasporti e magazzinaggio	100,0
Informazione e comunicazione	100,0
Attività finanziarie e assicurative	100,0
Pubblica amministrazione	100,0
Istruzione	100,0
Sanità	100,0
Servizi famiglie	100,0
Agricoltura e Pesca	94,0
Attività imm., prof., nole., serv. im.	74,7
Commercio	54,5
Industria in senso stretto	41,2
Costruzioni	39,8
Altri servizi collettivi e personali	19,3
Alberghi e ristorazione	14,1

La potenzialità della forza lavoro intercettabile dal settore agricolo e agroalimentare, a seguito del DPCM del 22 marzo sul cosiddetto “lockdown” si può considerare abbastanza immutata, non fosse altro perché il settore agricolo ed agroalimentare è riconducibile a settori considerati essenziali.

Stessa cosa non si potrà dire per l’industria manifatturiera, il commercio e il settore turistico che stanno subendo un fortissimo contraccolpo, come si può evincere dalla tabella.

Vi saranno, quindi, più disoccupati, più debito da parte delle imprese, più imprese che tenderanno a chiudersi.

Nuovi poveri, nuovi disoccupati!

#### FOCUS SUL SETTORE AGRICOLO

La tabella relativa alle caratteristiche delle aziende agricole lascia totale evidenza sul notevole numero di giornate di lavoro assunte. Se poi a questi numeri si associano anche quelli dell’agroalimentare (vedi commercio ortofrutticolo) allora il livello di giornate di lavoro della filiera agroalimentare assume valori elevatissimi.

Se dovessero venir meno anche il settore agricolo ed agroalimentare, settori trainanti dell’economia dell’area GAL, è evidente che ci troveremo a fronteggiare una situazione socio-economica catastrofica.

## CARATTERISTICHE STRUTTURALI DELLE AZIENDE AGRICOLE AREA GAL (2010)

TERRITORIO	N. AZIENDE AGRICOLE	N. GIORNATE DI LAVORO
Bisceglie	2.224	203.967
Molfetta	2.405	224.090
Trani	2.122	209.356
<b>Totale area GAL</b>	<b>6.751</b>	<b>637.413</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, 6° Censimento dell'agricoltura Anno - 2011

Anche la tabella dell'utilizzazione dei terreni denota dei dati molto particolari. Praticamente inesistenti le colture estensive, con una netta preponderanza della specializzazione e delle colture intensive che sono quelle, poi, che drenano reddito per le aziende e maggiore occupazione.

## UTILIZZAZIONE DEI TERRENI DELLE AZIENDE AGRICOLE DELL'AREA GAL (2010)

TERRITORIO	SEMINATIVI		COLTIVAZIONI LEGNOSE AGRARIE		ORTI FAMILIARI		PRATI PERMANENTI E PASCOLI	
	NUMERO	SUPERFICIE	NUMERO	SUPERFICIE	NUMERO	SUPERFICIE	NUMERO	SUPERFICIE
Bisceglie	84	515,6	2.173	4.300,8	200	22,66	4	8,55
Molfetta	163	336,8	2.360	3.919,17	20	3,01	2	774,29
Trani	152	670,92	2.039	5.277,27	131	25,07	5	5,94
<b>Totale area GAL</b>	<b>399</b>	<b>1.523,32</b>	<b>6.572</b>	<b>13.497,24</b>	<b>351</b>	<b>50,74</b>	<b>11</b>	<b>788,78</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, 6° Censimento dell'agricoltura Anno 2010

I dati relativi ai canali di commercializzazione utilizzati dalle nostre imprese agricole meritano una specifica e attenta disamina.

Si rileva un'elevata quota di imprese che si avvale di intermediari industriali (32,3%) e commerciali (24%: grossisti, esportatori, raccoglitori, commissionari). Tale dato evidenzia la posizione di marginalità dei produttori, i quali subiscono il mercato e si vedono erodere il valore aggiunto dei prodotti, disperso lungo tutta la filiera.

Solo il 2,6% delle aziende agricole dell'area GAL effettua la vendita diretta al consumatore, probabilmente a causa dell'assenza di mercati rurali; l'impossibilità di promuoversi singolarmente o in forma associativa; perché la relazione commerciale col consumatore viene recepita come un'attività nuova e impegnativa e che rappresenta una distrazione dell'attività agricola propriamente detta.

La commercializzazione è quindi praticamente fossilizzata sulla vendita ad imprese commerciali ed industriali con la naturale conseguenza di un monopolio da parte di queste componenti della filiera. In un mercato che cambia a seguito del coronavirus, con rapporti fra venditore e acquirente che quasi sicuramente saranno orientati all'incentivarsi di forme di vendita diretta on line, il settore agricolo del nostro territorio appare piuttosto impreparato.



**IL PUNTO DELL'ESPERTO - ITALIACHECAMBIA.ORG**

Simili pandemie si sono verificate periodicamente nella storia della nostra specie sul pianeta, ma la condizione globalizzata del mondo contemporaneo rende questo evento nuovo ed unico.

Le ripercussioni economiche saranno notevoli e penose per molti (anche se sicuramente ci saranno anche alcuni che trarranno grande profitto nell'approfittare della crisi), e questa potrebbe essere la molla per far crollare certi sistemi che ormai hanno dimostrato la loro fallibilità e sostituirli con altri più sostenibili ed umani. È legittimo immaginare che la catena di distribuzione delle merci subirà grosse conseguenze negative e, in particolare per il settore alimentare, certi alimenti scarseggeranno, ci sarà intermittenza di forniture se non addirittura interruzione di scambi tra vari paesi. Questo porterà inevitabilmente ad un aumento dei prezzi al dettaglio, proprio in un momento nel quale molti si troveranno in difficoltà finanziarie. Non mancheranno sicuramente gli episodi di sciacallaggio, sia da parte di singoli che a livello di industrie. Quindi, sarebbe il caso di cominciare a pensare seriamente fin d'ora (cosa che si sarebbe già dovuta fare da tempo) al potenziamento delle filiere corte, della produzione locale, delle coltivazioni biologiche, dell'economia circolare, delle varie opzioni per rendersi più autonomi in modo più sano e sostenibile. Sarebbe un'opportunità di cambiamento che, indotta dalla necessità ineluttabile, potrebbe funzionare, evitare problemi più grandi e fornire modelli migliori da consolidare nel futuro.

**AZIENDE AGRICOLE DELL'AREA GAL CON VENDITA DEI PRODOTTI AZIENDALI E CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE (2010)**

TERRITORIO	TOTALE AZIENDE	CANALI DI COMMERCIALIZZAZIONE				
		VENDITA DIRETTA AL CONSUMATORE	ALTRI CANALI DI VENDITA			
			Vendita ad altre aziende agricole	Vendita ad imprese industriali	Vendita ad imprese commerciali	Vendita o conferimento ad organismi associativi
Bisceglie	1.749	45	44	1.246	656	155
Molfetta	843	82	50	124	277	421
Trani	1.448	47	65	809	690	203
<b>Totale area GAL</b>	<b>4.040</b>	<b>174</b>	<b>159</b>	<b>2.179</b>	<b>1.623</b>	<b>779</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, 6° Censimento dell'agricoltura Anno - 2010

E se i mutati canali di vendita dovessero, come sembra, incentivare la vendita on line, allora l'impreparazione del settore agricolo raggiunge accenti molto elevati, considerato che il 98% delle aziende agricole non fa uso di attrezzature informatiche per fini aziendali.

Inoltre, altro dato negativo in considerazione delle nuove forme di acquisto (*ndr* on line, domicilio) a cui la maggior parte dei consumatori stanno richiedendo a seguito dell'emergenza epidemica, è che solo il 0,5% delle aziende possiede un proprio sito internet per la promozione e la visibilità dell'azienda e il 0,6% utilizza l'e-commerce per la vendita e l'acquisto di prodotti aziendali.

### INFORMATIZZAZIONE DELLE AZIENDE AGRICOLE DELL'AREA GAL (2010)

TERRITORIO	AZIENDA NON INFORMATIZZATA	AZIENDA INFORMATIZZATA				UTILIZZO DELLA RETE INTERNET	SITO WEB O PAGINA INTERNET	COMMERCIO ELETTRONICO	
		Totale Az. informatiz.	Gestione informat. per servizi amm.	Gestione informat. di coltivazione e	Gestione informat. Degli allevam.			Vendita di prodotti e servizi aziendali	Acquisto di prodotti e servizi aziendali
Bisceglie	2.195	29	26	16	1	11	16	6	11
Molfetta	2.388	17	13	13	1	10	14	7	9
Trani	2.094	28	23	11	6	5	9	4	3
<b>Totale area GAL</b>	<b>6.677</b>	<b>74</b>	<b>62</b>	<b>40</b>	<b>8</b>	<b>26</b>	<b>39</b>	<b>17</b>	<b>23</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT, 6° Censimento dell'agricoltura Anno - 2010

### FOCUS SUL SETTORE DELLA PESCA

Il settore della pesca dell'area GAL, così come a livello regionale e nazionale, è stato particolarmente colpito dalla perturbazione del mercato generata da un calo significativo della domanda.

Il calo della domanda e dei prezzi combinato con la vulnerabilità e la complessità della catena di approvvigionamento (prodotti deperibili, necessità importante della forza lavoro) ha reso fortemente limitate l'attività delle flotte pescherecce dell'area GAL soprattutto nel periodo iniziale dell'epidemia COVID 19.

Di conseguenza, i pescatori sono stati costretti a rimanere in porto o ad esercitare l'attività di pesca in maniera contingentata a soli 2 giorni a settimana (*ndr* rispetto ai 4 gg potenzialmente esercitabili).

Il rapido declino colpisce in particolare gli operatori di pesca costiera su piccola scala. Poiché la fine della crisi attuale non può essere prevista, può rapidamente portare alla cessazione delle attività e delle imprese in un settore molto sensibile alle variazioni cicliche. Di conseguenza, questa crisi può avere conseguenze socio-economiche drammatiche per la nostra comunità in cui la pesca ha ancora un ruolo chiave nell'economia locale.

Il sistema produttivo e di commercializzazione della filiera ittica dell'area del GAL è infatti uno dei più importanti del territorio regionale, sia dal punto di vista strutturale (rappresentando l'8% per numero natanti sul totale regionale e ben il 25% in termini di GT sul totale regionale, a dimostrazione delle grandi dimensioni dei pescherecci dell'area GAL), sia per le elevate qualità e capacità professionali degli operatori della pesca e di tutta la filiera ittica.

### CARATTERISTICHE STRUTTURALI DEL SETTORE PESCHERECCIO DELL'AREA GAL (2020)

TERRITORIO	NATANTI (N.)	STAZZA (GT)	POTENZA MOTORE (Kw)
<b>Bisceglie</b>	35	1.260	6.854,01
<b>Molfetta</b>	58	2.512	12.636,43
<b>Trani</b>	27	671	4.957,20
<b>Totale area GAL</b>	<b>120</b>	<b>4.443</b>	<b>24.447,64</b>

Fonte: Elaborazione GAL su dati European Commission Fisheries & Maritime Affairs, Fleetregister on the net

La chiusura dei mercati regionali, punti vendita e ristoranti nonché l'apertura fortemente limitata dei Mercati ittici all'ingrosso ha fatto registrare un calo sostanziale dei prezzi e dei volumi.

I consumatori acquistano sempre meno pesce fresco, i ristoranti sono chiusi, le pescherie e i mercati regionali del pesce operano con forti limitazioni.

Ad oggi però la maggior parte delle imprese di pesca dell'area GAL (in particolare la pesca a strascico di imbarcazioni di grandi dimensioni) ha ripreso regolarmente l'attività di pesca, organizzandosi con giornate di pesca di 24 ore (anziché uscite di 2 gg) e con turnazioni, evitando una maggior concentrazione di offerta all'interno del mercato ittico all'ingrosso. Ciò ha determinato un lieve aumento dei prezzi di vendita e quindi una maggior fonte di guadagno per le nostre imprese.

Questo segna un gran passo in avanti di mentalità delle nostre imprese che hanno iniziato, seppur a seguito del periodo di emergenza e di uno stato di necessità, a razionalizzare l'attività di pesca in funzione delle esigenze del mercato.

L'epidemia di COVID-19 ha comunque creato una situazione senza precedenti che richiede una mobilitazione generale degli attori coinvolti nel settore. Ora più che mai, come GAL, dobbiamo essere in prima linea e nella posizione migliore per sviluppare risposte locali ai problemi specifici locali dovuti alla crisi.

Sarà estremamente fondamentale ricordare ai consumatori che i prodotti della pesca sono una parte vitale di una dieta sana. Come diretta conseguenza della crisi, la diminuzione delle importazioni di pesce potrebbe aumentare la domanda di pesce fresco locale. Il nostro settore dovrebbe sfruttare al meglio questa opportunità per sostenere il reddito dei pescatori per continuare a pescare promuovendo i circuiti brevi.

Ma siamo pronti a tutto ciò?

Ad oggi la commercializzazione dei prodotti della pesca dell'area GAL delle nostre imprese transita attraverso i mercati ittici all'ingrosso di Molfetta e Bisceglie, mentre una minima parte attraverso vendita ad imprese commerciali.

Fortunatamente, il GAL ma anche il GAC nella precedente programmazione ha sostenuto l'avvio, da parte del 15% delle imprese di pesca locali, di forme di vendita diretta anche on line e attraverso le consegne a domicilio. Ma siamo comunque di fronte ad un numero ancora esiguo per far fronte ai cambiamenti che ci attendono.

In tale contesto è più che mai necessario favorire e stimolare l'aggregazione delle locali imprese di pesca in modo da potenziarne il potere contrattuale, quindi incentivare l'acquisizione di un sistema di certificazione di processo che garantisce la sostenibilità della pesca, la qualità e l'origine locale del prodotto venduto. Nel contempo strutturare una forma di commercializzazione diretta delle catture collettive presso un più ampio spettro di nuove fasce di acquisto (ristorazione, operatori commerciali, mense collettive, GDO oltre che consumatori privati).

## FOCUS SULLA FILIERA AGROALIMENTARE

La vendita dei prodotti alimentari è attuata soprattutto attraverso la Distribuzione Moderna, che da sola assorbe circa il 56% del totale dei consumi delle famiglie, mentre il dettaglio tradizionale ha una quota pari al 6%.

La grande distribuzione in Italia è sostanzialmente monopolizzata da 4-5 grossi marchi che “gestiscono il consumatore”: Esselunga, Iper-Unes, Coop, Gruppo Pam, Auchan-SMA e Carrefour.

La concorrenza tra supermercati, basata esclusivamente sul prezzo, impone alle catene di sedurre i consumatori con offerte sottocosto. Per garantire prezzi bassi, però, la grande distribuzione si rifornisce al più basso costo possibile dai produttori, che quindi per tenere in ordine i conti delle loro aziende medio-piccole, si vedono obbligati a ridurre all’osso qualsiasi costo di produzione, in particolare i corrispettivi per la manodopera dei lavoratori. *“Perché quando compriamo sottocosto, c’è sempre qualcun altro che quel costo lo sta pagando”.*

A monte del prodotto comprato «sottocosto» dal cliente, ci sono inevitabilmente una piccola azienda che entra in affanno e un produttore che non riesce più a vendere il proprio prodotto.

Dietro l’offerta di prodotti alimentari a bassissimo costo ci potrebbe essere un’industria di trasformazione o un commerciante di prodotti ortofrutticoli che ha accettato una commessa poco vantaggiosa, pur di non perdere l’accesso al mercato. “E che cercherà poi di pagare meno la materia prima a un produttore agricolo, che a sua volta proverà magari a risparmiare sulla forza lavoro, pagando i braccianti il meno possibile.

Resta però fondamentale uno studio sui consumi, le nostre abitudini alimentari e l’influenza che la grande distribuzione esercita su consumatori e produttori. Muovendo le leve del marketing emozionale, le grandi insegne orientano le nostre abitudini d’acquisto. Servendosi invece della posizione dominante acquisita sul mercato, le catene impongono ai produttori medio-piccoli modalità di accesso agli scaffali che finiscono per generare lavoro a basso costo e bassa qualità. Tutto in nome di due paroline magiche – “offerta” e “sottocosto” – che rappresentano ormai l’imperativo per distributori e consumatori.

I rapporti di forza tra piccoli produttori e grande distribuzione pendono a favore delle grandi insegne sostanzialmente perché quasi 3 acquisti alimentari su 4 oggi si verificano in un punto vendita della grande distribuzione organizzata. E sono questi numeri a delineare il potere contrattuale che le insegne esercitano sui piccoli produttori, costretti a fare carte false pur di intercettare la mole di consumatori che si servono esclusivamente nei supermercati. Le insegne così si sentono libere di adoperare meccanismi che mettono in grande difficoltà i “piccoli”. Per ospitare i prodotti sugli scaffali, i supermercati chiedono ai singoli produttori di versare un corrispettivo chiamato *listing fee*, una sorta di tassa per l’esposizione più o meno in evidenza. “I grandi gruppi industriali non pagano la *listing fee*, perché un supermercato che non ha la Coca-Cola o la pasta Barilla rischia di perdere clienti. Ma piccole e medie imprese dovranno pagare una tariffa non indifferente per avere l’onore di vedere esposti i propri prodotti”.

Anche il meccanismo delle aste al ribasso contribuisce a mettere in difficoltà i produttori. Per proporre una passata di pomodoro a 0,39 e un pacco di pasta a 0,49 centesimi, le insegne della grande distribuzione, in particolare i discount, mettono contemporaneamente in competizione vari fornitori, per acquistare il prodotto finale al prezzo più basso possibile.

In una situazione già molto difficile e di dominio nella distribuzione da parte della GDO l’epidemia ha ulteriormente rafforzato il peso di queste realtà: *“si spinge a doppia cifra anche le vendite della Grande Distribuzione Organizzata che nella settimana compresa tra lunedì 24 febbraio e domenica*

1 marzo hanno fatto registrare un forte trend di crescita rispetto alla stessa settimana del 2019, con un'impennata del 12,2%" ed ancora "il coronavirus porta a un boom nelle vendite per la grande distribuzione organizzata (discount, iper e supermercati). Secondo le rilevazioni Nielsen nella sola giornata di domenica scorsa c'è stata un'impennata del 73% al Nord, rispetto all'analoga domenica del 2019, che cadeva il 24 febbraio. In particolare in Lombardia gli acquisti sono aumentati dell'87%, con picchi nella provincia di Lecco (+109%), Bergamo (+106%), Monza Brianza (+97%) e Milano (+93%). Nel Veneto gli acquisti crescono del 41,6%, con picco a Verona (+66%).

In sintesi la GDO è fra i pochissimi a guadagnare fortemente dall'emergenza coronavirus COVID 19!!

## FOCUS SUL SETTORE TURISTICO E DELLA RISTORAZIONE

Il settore turistico, naturalmente, è e sarà fra i più colpiti dell'emergenza epidemiologica.

I numeri del settore turistico del nostro territorio sono di tutto rispetto soprattutto per la presenza di italiani, ma non da meno per la presenza di stranieri.

E' ovvio che, almeno nell'immediato, si tratta di numeri destinati decisamente a ridimensionarsi.

### MOVIMENTO TURISTICO PER COMUNE DELL'AREA GAL (2018)

TERRITORIO	ITALIANI		STRANIERI		TOTALE	
	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE	ARRIVI	PRESENZE
Bisceglie	28.476	59.479	7.343	22.296	35.819	81.775
Molfetta	9.172	17.212	1.616	5.424	10.788	22.636
Trani	33.418	62.390	14.605	32.366	48.023	94.756
<b>Totale area GAL</b>	<b>71.066</b>	<b>139.081</b>	<b>23.564</b>	<b>60.086</b>	<b>94.630</b>	<b>199.167</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati Puglia e Promozione

Le strutture ricettive, comunque in numero piuttosto consistente subiranno una crisi che tenderà a spingersi nel medio periodo con ripercussioni economiche gravissime.

### ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI ALLOGGIO (ATECO 55) PER COMUNE DELL'AREA GAL (2017)

TERRITORIO	ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI ALLOGGIO	
	N. ESERCIZI	N. ADDETTI
<b>Bisceglie</b>	13	71
<b>Molfetta</b>	10	44
<b>Trani</b>	36	78
<b>Totale area GAL</b>	<b>59</b>	<b>193</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT



IL PUNTO DELL'ESPERTO - WWW.FAREDIGITALMENDIA.COM

Nel mercato turistico si delinea un viaggiatore del prossimo futuro attento alla scoperta degli stili di vita sani e culturalmente rilevanti per le comunità di appartenenza in cui si imparano “cose” e si torna a casa più ricchi di prima sapendo di essere stati responsabili nei confronti del mondo in cui viviamo. Detto in etichette: turismo enogastronomico, turismo delle radici, wellness, detox, turismo ispirazionale, turismo di trasformazione, ecc ecc

In soldoni? Il viaggiatore post-covid 19 è perfetto per le micro e piccole destinazioni dove gli stili di vita sono ancora autentici, l'ambiente e il territorio sono tutelati da forme di vita sociale non eccessivamente invasiva e il rapporto con la natura e la sua biodiversità è prevalentemente armonico grazie ad ecosistemi economici non massivi e distruttivi. E ancora, la maggior parte delle tradizioni e del Patrimonio Immateriale del nostro paese è custodito proprio nelle destinazioni e nei territori a mala pena lambiti dal fenomeno economico del turismo.

Ecco perché anche oggi in pieno tsunami Coronavirus possiamo sostenere che l'offerta turistica delle piccole destinazioni potrebbe essere la prima a ripartire dopo il lockdown per due motivi:

1. Rispecchia in toto quanto scritto poco fa: uno stile di vita attento al benessere psico-fisico delle persone
2. Perché in un contesto in cui il 25% degli operatori turistici in-destinazione rischia il fallimento è anche vero che molto probabilmente il turismo nel nostro paese riprenderà piede grazie agli spostamenti interni Italia-Italia. E in questa ottica è facile immaginare che i movimenti avverranno dai grandi centri urbani in direzione della miriade di piccole gemme che riempiono la penisola e le sue isole.

I dati sulle attività della ristorazione meritano una disamina approfondita.

L'area vanta una discreta offerta ristorativa, e ciò ci porta a due considerazioni estremamente importanti:

- la ristorazione rappresenta un settore importante per l'economia e l'occupazione dell'area GAL
- la ristorazione è tra i canali di commercializzazione più rilevanti per i nostri prodotti agroalimentari e quindi per le imprese agricole ed ittiche del territorio.

#### ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE (ATECO 56) PER COMUNE DELL'AREA GAL (2017)

TERRITORIO	ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE	
	N. ESERCIZI	N. ADDETTI
Bisceglie	236	1.258
Molfetta	285	1.234
Trani	351	1.207
<b>Totale area GAL</b>	<b>872</b>	<b>3.699</b>

Fonte: elaborazione GAL su dati ISTAT

Il lockdown disposto per contenere i contagi da Covid19 porterà nel 2020 a un crollo del fatturato per il settore ristoranti e alberghi.

In questa fase di emergenza sanitaria nazionale, tutte le attività di ristorazione e somministrazione alimenti (ristoranti, pizzerie, bar, pasticcerie, gelaterie) sono ferme, con gravissime conseguenze economiche, tali da mettere a rischio, alla ripresa, la loro stessa esistenza. Molte di esse, per limitare i danni, si stanno organizzando per l'attività di delivery (consegna a domicilio), che deve comunque

avvenire nel rispetto di rigorose procedure igienico sanitarie e con la presenza di un piano HACCP che copra tale fattispecie, spesso non presente nei manuali di autocontrollo finalizzati alla somministrazione “on site”.

Le tempistiche per un ritorno alla normalità sono imprevedibili. Anche perché nel momento in cui riapriranno i ristoranti, le persone saranno ancora molto sospettose e non ci andranno a cuor leggero. Quindi il ritorno automatico, una volta cessata l'emergenza, a una situazione precedente a quella attuale sarà difficile.

Nel fuori casa occorre prepararsi a una situazione che sarà di tipo post bellico per diversi mesi. Anche perché mancherà tutta la parte legata al turismo internazionale. Si ripartirà dai clienti locali.

Il ritorno alla situazione “pre COVID 19” sarà piuttosto lento. Bisognerà infatti superare le diffidenze dei clienti. E il tempo, negli affari, è denaro. Il punto di partenza sarà quasi sicuramente legato alla riscoperta della territorialità. Questo perché le persone riscopriranno il gusto di viaggiare e vorranno trovare quello che appartiene davvero al luogo in cui si trovano. È una tendenza già emersa, ma si riproporrà in maniera ancora più forte.

Per tali motivi il settore della ristorazione dovrà in qualche modo reinventarsi e il GAL dovrà farsi trovare pronto per supportarlo. Questo perché la ristorazione oltre a rappresentare un settore importante per l'economia locale rappresenta uno dei canali di commercializzazione più importanti per il settore agroalimentare.



#### IL PUNTO DELL'ESPERTO – GORDON LICHFIELD DIRETTORE DI TECHNOLOGY REVIEW

Quando l'Italia e il mondo “riapriranno”, ci metteranno un bel po' per tornare dove erano prima. E non è detto che ci riescano del tutto. Questa è anche l'opinione del direttore di Technology Review, magazine della prestigiosa università Massachusetts Institute of Technology, Gordon Lichfield. L'incipit del suo articolo recita: “Per fermare il coronavirus dovremo cambiare radicalmente quasi tutto quello che facciamo: come lavoriamo, facciamo esercizio fisico, socializziamo, facciamo shopping, gestiamo la nostra salute, educiamo i nostri figli, ci prendiamo cura dei nostri familiari “. Ma questa strategia ad alto impatto comporterà un mutamento sostanziale delle nostre abitudini: non soltanto per tutta la durata dell'attuale “guerra” in corso, ma anche per tenerci pronti nell'evenienza di future pandemie.

Dobbiamo, tuttavia, metterci nell'ottica di un nuovo stile di vita e nuovi modi di consumo che coinvolgeranno innumerevoli settori: probabilmente ci dovremo abituare nei prossimi anni a diffidare di metro e bar troppo affollati, delle discoteche e degli hotel non standardizzati. Le palestre potrebbero convincersi a puntare di più su corsi online. L'e-commerce – unico medium attualmente disponibile per acquistare ciò che non si trova nel nostro circondario – potrebbe subire uno sviluppo radicale. Per rendere chiaro il concetto, Linfield fa riferimento all'emergere di una “economia rinchiusa”, di un'economia “del confinamento”, vale a dire legata a tutto ciò che è on demand, ordinabile da casa, chiesto e usufruito online. Già in ascesa prima del coronavirus, questa shut-in economy sarà avvantaggiata dall'inevitabile cambiamento dei nostri modi di abitare le città, dall'onda lunghissima del panico post-corona, ed è destinata a restare. Per rendere chiaro il concetto, Linfield fa riferimento all'emergere di una “economia rinchiusa”, di un'economia “del confinamento”, vale a dire legata a tutto ciò che è on demand, ordinabile da casa, chiesto e usufruito online. Già in ascesa prima del coronavirus, questa shut-in economy sarà avvantaggiata dall'inevitabile cambiamento dei nostri modi di abitare le città, dall'onda lunghissima del panico post-corona, ed è destinata a restare.

### 3. LA STRATEGIA POST CORONAVIRUS COVID 19: RIPARTIRE CON UN NUOVO MODELLO

L'emergenza epidemica COVID 19 ci pone di fronte ad un radicale cambiamento degli stili di vita e, di conseguenza, del modello economico attuale.

Dobbiamo ripensare a rinnovate abitudini, assecondarle, guidarle ed orientarle per creare nuove opportunità da questa terribile pandemia.

Non dobbiamo commettere l'errore di pensare solo all'immediato, per quanto importante, ma dovremmo fare lo sforzo di immaginarci un futuro nuovo e modelli economici altrettanto nuovi, partendo da un'accurata analisi di contesto. Altro errore potrebbe essere quello di porre in essere iniziative spot senza ottica di sistema e fine a se stesse.

Del resto, se non facciamo nulla quello che si prospetta è il baratro: aumento della disoccupazione, aumento della povertà, abbassamento del valore patrimoniale, riduzione dell'attrattività dei nostri territori, lotta fra classi.

Il GAL deve farsi trovare pronto e porre le basi per la ripresa dell'economia locale una volta attenuata l'emergenza epidemica, per quanto sia possibile per i mezzi finanziari a sua disposizione.

È utile rimarcare che la Strategia di Sviluppo di un GAL deve essere "dinamica" ovvero capace di adeguarsi ai continui cambiamenti socio-economici del territorio in cui interviene e non invece "statica". Se così non fosse il GAL perderebbe completamente la sua identità e la sua *mission*.

È per tale motivo che il GAL Ponte Lama dovrà revisionare la propria Strategia in funzione dell'emergenza epidemica, come da raccomandazione della Commissione Europea.

La strategia post coronavirus COVID 19 dovrebbe essere generata, in primis, da una condivisione fra tutti gli attori che hanno un ruolo strategico nel territorio stesso: Comuni, Associazioni di Categoria, Sindacati dei Lavoratori, Rappresentanti della cooperazione, Istituti bancari, Associazioni dei consumatori.

Bisognerebbe immaginarsi un contenitore unico attorno a cui far ruotare la strategia.

**Il contenitore potrebbe essere il DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITÀ PUGLIA FEDERICIANA, recentemente riconosciuto dalla Regione Puglia.**

#### FOCUS SUL DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITÀ "PUGLIA FEDERICIANA"

I Distretti agro-alimentari sono stati introdotti nell'ordinamento giuridico italiano dalla "Legge di orientamento agricolo" (Decreto legislativo in materia di orientamento e modernizzazione del settore agricolo n. 228 del 6 aprile 2001, in attuazione della legge di delega del 5 marzo 2001, n. 57 "Disposizioni in materia di apertura e regolazione dei mercati"), attribuendo alle Regioni il compito di provvedere alla individuazione dei distretti stessi.

Il Decreto Legislativo 228 del 18/5/2001 individua comunque due tipologie distrettuali, i distretti rurali e i distretti agro-alimentari di qualità. Le indicazioni del Decreto offrono un orientamento preciso: i distretti in materia rurale e agricola sono caratterizzati dall'integrazione fra le componenti del settore primario con altri elementi di natura eterogenea, quali i fattori culturali e storici, mentre i distretti agro-alimentari di qualità hanno un evidente impatto nella definizione del modello di sviluppo del territorio e una significativa integrazione di filiera, caratterizzata da certificazioni o produzioni tipiche.

Il Distretto Agroalimentare di Qualità può essere soggetto di progresso sociale e di sviluppo economico, creando valore non solo per le popolazioni in esso residenti ma in generale per tutti i cittadini. È l'integrazione di una pluralità di attività economiche e di usi diversi del territorio stesso, tutti però basati su specificità proprie di un determinato territorio.

La concezione del territorio che orienta la definizione di Distretto Agroalimentare di Qualità è quella di soggetto di sviluppo che è chiamato a ricercare, sulla base della propria identità, una coerenza tra le attività economiche in esso praticate: in sintesi un modello di economia circolare.

Il Programma di Sviluppo (PDS) del Distretto “Puglia Federiciana” è fortemente orientato a garantire una interconnessione completa tra economia, società e ambiente (territori sostenibili) e, quindi, a:

1. valorizzare l’ambiente in quanto “elemento distintivo” del territorio, garantendo al contempo la tutela e la salvaguardia delle risorse naturali e del patrimonio (sostenibilità ambientale);
2. produrre e mantenere all’interno del territorio il massimo del valore aggiunto combinando efficacemente le risorse e favorendo la competitività delle aziende dei sistemi produttivi locali, al fine di valorizzare la specificità dei prodotti e dei servizi territoriali (sostenibilità economica);
3. intervenire insieme, efficacemente, attraverso una sinergia partecipata e trasparente di tutti gli attori del tessuto economico-sociale, compresa la componente lavorativa (sostenibilità sociale).

In ordine alla sostenibilità ambientale, il PDS del Distretto “Puglia Federiciana”, per il comparto agricolo ed agroindustriale fonda gli orientamenti prioritari nell’adozione e/o nell’incentivazione delle aziende che siano certificate agricoltura biologica e/o in agricoltura integrata.

In ordine alla sostenibilità economica il PDS del Distretto “Puglia Federiciana” fonda i suoi orientamenti su uno sviluppo storicamente di filiera e, soprattutto, di integrazione trasversale fra tutti i settori produttivi e il territorio in cui operano, valorizzandone le risorse storiche, architettoniche, culturali e paesaggistiche (integrazione agricoltura/turismo).

In ordine alla sostenibilità sociale il PDS del Distretto “Puglia Federiciana” fonda gli orientamenti su un rinnovato e più trasparente rapporto fra le imprese ed i lavoratori.

Sintetizzando si può affermare che le caratteristiche intrinseche dell’area del Distretto “Puglia Federiciana” unitamente ad una strategia mirata ed innovativa come quella rappresentata, costituiscono l’humus ideale per la creazione di un Distretto Agroalimentare di Qualità così definito: un’area geografica dove agricoltori, operatori turistici ed altri operatori economici, organizzazioni sindacali e pubbliche amministrazioni stringono un accordo per guidare l’area del Distretto verso un nuovo modello di comunità e di bene comune per:

- una gestione sostenibile delle risorse locali;
- una maggiore etica del lavoro nelle aziende
- una maggiore valorizzazione del legame prodotto—territorio, puntando sui prodotti agro-alimentari e i servizi turistici che esprimono una radicata e stretta relazione con il proprio territorio di origine e che sono qualitativamente in linea con i valori di tutela ambientale perseguiti.

L’analisi di contesto ha fornito un panorama dell’attuale realtà sociale ed economica dell’area del GAL, evidenziandone i punti di forza e debolezza e i relativi fabbisogni a seguito dell’emergenza epidemica del COVID-19.

L’analisi ha messo in luce una situazione di complessiva “impreparazione” dei sistemi produttivi primari (agricoltura e pesca in *primis*) ad adeguarsi alle nuove forme di acquisto dei consumatori (vendita on line, vendita con consegna a domicilio) sia dal punto di vista delle competenze sia dell’infrastrutturazione e della logistica. Sono applicati infatti sistemi di commercializzazione poco competitivi e obsoleti rispetto alle attuali dinamiche del mercato e dei consumi a seguito dell’emergenza epidemica del COVID-19.

Inoltre, le aziende agricole dell’area GAL rischiano di dover fare i conti con la fuga di lavoratori stranieri. Vi sono numerosissime disdette degli impegni di lavoro da parte di molti addetti stranieri ed è più che mai necessario delineare una strategia di impatto e ricercare virtuose soluzioni per contrastare tale fenomeno.

Per tali motivi è necessario porre in essere interventi strategici per il settore agroalimentare dell'area GAL, quali:

- formazione adeguata alle imprese in ordine all'utilizzo delle nuove tecnologie per la commercializzazione dei prodotti;
- adeguare i sistemi di commercializzazione delle imprese considerando le nuove abitudini dei consumatori a seguito dell'emergenza epidemica del COVID-19;
- favorire l'aggregazione delle imprese agroalimentari al fine di potenziarne il potere contrattuale, in particolare con la GDO;
- assicurare manodopera per il settore agricolo.

L'analisi, in ultimo, ha evidenziato un crollo del settore turistico, in particolare quello della ristorazione. Abbiamo già evidenziato quanto il settore della ristorazione sia trainante per l'economia del nostro territorio e l'importanza che lo stesso riveste come sbocco commerciale dei nostri prodotti agroalimentari.

Per tali motivi è necessario porre in essere interventi strategici per il settore turistico dell'area GAL, quali:

- sostegno, anche finanziario, per il settore della ristorazione locale;
- promuovere nuove forme di turismo slow, enogastronomico ed incentrate sul binomio prodotto-territorio.

## 4. INDICAZIONI INTERVENTI STRATEGIA POST CORONAVIRUS COVID-19

INDICAZIONE N. 1: FORMAZIONE ADEGUATA ALLE IMPRESE AGROALIMENTARI A SEGUITO DEI CAMBIAMENTI DOVUTI DALL'EMERGENZA EPIDEMICA COVID-19

### DESCRIZIONE

È indispensabile realizzare attività informative per gli operatori del settore agroalimentari sulle seguenti tematiche, considerando i cambiamenti degli stili di vita sociale della popolazione a seguito dell'emergenza epidemica COVID-19:

- utilizzo delle tecnologie informatiche e web utili ad attivare forme di vendita on line e con consegne a domicilio;
- potenziamento e miglioramento delle filiere agroalimentari attraverso lo sviluppo di nuove tecnologie e nuove tecniche e modalità di commercializzazione: vendita on-line e vendita con consegna a domicilio.

### SOGGETTI ATTUATORI

GAL Ponte Lama

### SOGGETTI FRUITORI

Imprese agroalimentari locali

### COPERTURA FINANZIARIA DA SSL

Azione 5 – Intervento 5.2 “Azioni di informazione e dimostrative per una crescita SMART dell'area GAL: Progetto - “RinnovaMENTI intelligenti e sostenibili”

## INDICAZIONE N. 2: ADEGUARE I SISTEMI DI COMMERCIALIZZAZIONE DELLE IMPRESE CONSIDERANDO LE NUOVE ABITUDINI DEI CONSUMATORI A SEGUITO DELL'EMERGENZA EPIDEMICA DEL COVID-19: FAVORIRE IL COMMERCIO ON-LINE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

### DESCRIZIONE

Si tratta di creare una piattaforma informatica che riceve direttamente dalle imprese agroalimentari informazioni corrette sui prodotti offerti, implementa una “vetrina” dei prodotti locali e offerti nel mercato, con l’obiettivo di ampliare la zona di contatto tra domanda e offerta. I clienti esterni si registrano alla piattaforma e trasmettono gli ordini per telefono ovvero on line sulla base di un prezzo massimo prefissato per i prodotti locali. La piattaforma raggruppa gli ordini e li trasmette alle singole imprese i cui prodotti sono stati selezionati e prenotati dai consumatori.

La piattaforma di vendita, effettuati gli acquisti, conferma la transazione avvenuta e gestisce i relativi adempimenti contabili, amministrativi, di tracciabilità e fiscali, comprese le eventuali spedizioni.

### SOGGETTI ATTUATORI

Gruppo di cooperazione di imprese agroalimentari

### SOGGETTI FRUITORI

Imprese agroalimentari locali

### COPERTURA FINANZIARIA DA SSL

Azione 6 – Intervento 6.1 “Forme di cooperazione tra filiere alimentari: agricoltura e pesca”

## INDICAZIONE N. 3: FAVORIRE L’AGGREGAZIONE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI AL FINE DI POTENZIARNE IL POTERE CONTRATTUALE, IN PARTICOLARE CON LA GDO

### DESCRIZIONE

Strutturare un accordo con la GDO del territorio per dedicare spazi per i prodotti agroalimentari locali.

I marchi della grande distribuzione del territorio metterebbero a disposizione degli spazi personalizzati dedicati ai prodotti rivenienti dalle aziende locali (bisognerebbe identificare il concetto di locale es. nel raggio di 100 km.).

Tale iniziativa si potrebbe realizzare in via sperimentale attraverso progetto a titolarità del GAL Ponte Lama utilizzando le risorse finanziarie PSR e FEAMP.

Si tratta, tra l’altro, di processi già sperimentati dal GAL in occasione di altre progettualità simili.



Le aziende locali che fornirebbero la grande distribuzione del territorio si presenterebbero tutte attraverso il marchio del Distretto Agroalimentare Puglia Federiciana e con specifici requisiti:

- sostenibili dal punto di vista ambientale in quanto tutte dotate di certificazioni ambientali (es. agricoltura biologica o agricoltura integrata).
- sostenibili dal punto di vista etico in quanto tutte dotate di certificazione etica per il rispetto del lavoro (es. iscrizione alla Rete del Lavoro Agricolo di Qualità).

In ordine ai prodotti della pesca, essenziale sarà il ruolo dei Mercati ittici all'ingrosso di Molfetta e Bisceglie la cui organizzazione e logistica permetterebbe la possibilità di includere nel paniere dei prodotti del Distretto Agroalimentare Puglia Federiciana anche quelli della pesca. Naturalmente ciò sarà possibile esclusivamente con quella GDO all'interno delle quali sono presenti pescherie (vedasi Gruppo MEGAMARK o CONAD).

L'incentivo all'acquisto dei prodotti del Distretto Agroalimentare Puglia Federiciana all'interno della GDO dovrà essere supportato da apposito personale esperto dedicato (vedasi la figura del promoter), opportunamente formato, che dovrà informare il consumatore in ordine alla qualità e provenienza del prodotto offerto e soprattutto raccontare (anche attraverso pannelli video appositamente installati) la storia che c'è dietro quel prodotto – cosiddetto acquisto esperienziale.

#### *SOGGETTI ATTUATORI*

GAL Ponte Lama in partnership con Distretto Agroalimentare Puglia Federiciana

#### *SOGGETTI FRUITORI*

Imprese agroalimentari locali

#### *COPERTURA FINANZIARIA DA SSL*

Azione 5 – Intervento 5.2 “Promuovere un sistema di marketing territoriale integrato”

#### **INDICAZIONE N. 4: ASSICURARE MANODOPERA PER IL SETTORE AGRICOLO**

#### *DESCRIZIONE*

Nel settore agricolo ed agroalimentare, fra i pochissimi a continuare le attività, ci si sta trovando di fronte ad una situazione di mancanza di manodopera da una parte per il controesodo degli immigrati e di trasversale disoccupazione in aumento.

Il settore agricolo potrebbe assorbire ulteriore manodopera attingendo dai disoccupati o dalle liste dei fruitori il reddito di cittadinanza. Non si può pretendere, però, che un neofita per i lavori agricoli possa essere retribuito quanto un operaio abituato a prestare lavoro per il settore agricolo. Si potrebbe immaginare un appendice locale al contratto provinciale destinato a far incontrare la domanda e l'offerta di lavoro a condizioni da definirsi.

#### *SOGGETTI ATTUATORI*

OO.PP.AA e Sindacati dei lavoratori

#### *SOGGETTI FRUITORI*

Disoccupati

#### *COPERTURA FINANZIARIA DA SSL*

Intervento che non necessita di coperture finanziarie.

## INDICAZIONE N. 5: SOSTEGNO, ANCHE FINANZIARIO, PER IL SETTORE DELLA RISTORAZIONE LOCALE

### DESCRIZIONE

In questa fase di emergenza sanitaria nazionale ma anche per il dopo COVID-19, le attività di ristorazione e somministrazione alimenti (ristoranti, pizzerie, bar, pasticcerie, gelaterie) dovranno organizzarsi per l'attività di delivery (consegna a domicilio), che deve comunque avvenire nel rispetto di rigorose procedure igienico sanitarie e con la presenza di un piano HACCP.

Le tempistiche per un ritorno alla normalità sono imprevedibili. Anche perché nel momento in cui riapriranno i ristoranti, le persone saranno ancora molto sospettose e non ci andranno a cuor leggero. Quindi il ritorno automatico, una volta cessata l'emergenza, a una situazione precedente a quella attuale sarà difficile.

Per tali motivi il settore della ristorazione dovrà in qualche modo reinventarsi e adeguare la propria attività e locali alle nuove disposizioni sanitarie e alle nuove abitudini dei consumatori.

Il GAL potrebbe prevedere un Intervento ad hoc per il settore della ristorazione attivando un Bando al fine di sostenere piccoli investimenti connessi all'adeguamento dei locali nonché investimenti materiali ed immateriali per sviluppare le forme di "home delivery".

### SOGGETTI ATTUATORI

GAL Ponte Lama attraverso Intervento a Bando

### SOGGETTI FRUITORI

Attività dei servizi di ristorazione (ATECO 56) dell'area del GAL Ponte Lama

### COPERTURA FINANZIARIA DA SSL

Variazione della SSL attivando Intervento con base giuridica art. 19, co. 1, lett. b) del Reg. (UE) n. 1305/2013, in quanto riguarda investimenti nella creazione e nello sviluppo di attività extra-agricole.

## INDICAZIONE N. 6: PROMUOVERE NUOVE FORME DI TURISMO SLOW, ENOGASTRONOMICO ED INCENTRATE SUL BINOMIO PRODOTTO-TERRITORIO

### DESCRIZIONE

Realizzazione di una rete di cooperazione tra GAL che si occupi di realizzare un sistema di turismo delle aree GAL incentrato sul legame indissolubile tra prodotti agroalimentari e territorio.

Per i prodotti tipici infatti, la componente territoriale rappresenta il fondamentale elemento di differenziazione e quindi la principale leva sulla quale agire, considerata la crescente attenzione che si avrà dei consumatori e dei mercati verso l'origine dei prodotti, oltre che della loro qualità e salubrità.

In sintesi una regia unica che comunichi al mondo le peculiarità del nostro territorio, la sua naturale predisposizione al turismo slow, al turismo enogastronomico, paesaggistico ed esperienziale.

La gestione diretta da parte dei GAL attraverso un progetto di cooperazione, pertanto, è indispensabile per garantire l'indispensabile funzione di coordinamento e sintesi degli interessi degli *stakeholders* territoriali e per facilitare un livello di integrazione tra questi superiore rispetto a quello

attuale. Si tratta infatti di una *vision* di un intero territorio e pertanto non affidata (o non affidabile) all'iniziativa dei singoli imprenditori o enti.

*SOGGETTI ATTUATORI*

GAL Pugliesi

*SOGGETTI FRUITORI*

Territori dell'area GAL

*COPERTURA FINANZIARIA DA SSL*

Misura 19 – Sottomisura 19.3 PSR Puglia 2014/2020