



Distretto Agroalimentare di qualità **LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI** **E ZOOTECNICHE DEI PARCHI** **NATURALI DELLA SARDEGNA**

PIANO DI DISTRETTO

Fondazione "Le Eccellenze Agroalimentari e Zootecniche dei Parchi Naturali della Sardegna"

Sede legale: Località Su Taccu, snc - 08035 Nurri (CA)

Codice Fiscale 93061090911

distrettoagroparchi@pec.it - formaggi@unionepastorinurri.com

www.unionepastorinurri.it

Sommario

	Oggetto:	Pagina
	Premessa	3
	Gli elementi sociali, economici e ambientali che caratterizzano il distretto	4
	Analisi comparto lattiero caseario	7
	Analisi comparto suinicolo	32
	La filiera vitivinicola	37
	La filiera olivicola	44
	Stato attuale del D.A.Q. : attori e componenti	50
	Il partenariato e il percorso di animazione territoriale	53
	Analisi swot nella costituzione del distretto	55
	Albero dei problemi	57
	Albero degli obiettivi, operazioni e strategia del distretto	59
	Coerenza degli obiettivi specifici	68
	Piano programmatico di sviluppo del distretto	70
	Definizione degli indicatori di risultato	77
	Le schede quanti/qualificative dei portatori di interesse	80
	Possibili strumenti finanziari a supporto della strategia del distretto	82
	Cronoprogramma attuazione strategia del distretto	87
	Piano di comunicazione, informazione e formazione	88
	Forma giuridica del distretto	91
	Allegati	93

Il distretto agroalimentare di qualità denominato “LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI E ZOOTECNICHE DEI PARCHI NATURALI DELLA SARDEGNA” è individuato nel territorio che vede coinvolte le imprese agro-zootecniche associate all’**Organizzazione Produttori Unione Pastori Società Cooperativa Agricola** al fine di pensare, progettare e attuare un processo di organizzazione e governance socio-economica delle imprese, associazioni, enti pubblici e di ricerca per potenziare e sviluppare i punti di forza, per superare criticità e punti di debolezza del settore agro alimentare, con particolare attenzione al settore zootecnico e lattiero caseario, facendoli interagire con il sistema produttivo locale.

Prima di procedere alla stesura dei punti salienti del Piano di Distretto si vuole mettere in evidenza che le produzioni a marchio quali, DOP Pecorino Romano e Pecorino sardo, IGP Agnello di Sardegna, sono ampiamente rappresentante all’interno del partenariato e nel territorio di riferimento.

Inoltre si evidenzia che in loco è ben strutturata la presenza della filiera orizzontale ed in particolare, come vedremo in seguito, quella del settore lattiero caseario e carni, ove le materie prime provengono esclusivamente dal territorio del distretto e che l’intera programmazione territoriale interessa sia le produzioni primarie che le trasformate, con il sostegno del Sistema dell’assistenza Tecnica Regionale (Laore, Agris, Assessorato Agricoltura e Rirofma Agro pastorale, ect.)

Ciò rappresenta la coerenza con i dettami dell’Art.29 della **Legge regionale 8 agosto 2014, n. 16 “Norme in materia di agricoltura e sviluppo rurale: agrobiodiversità, marchio collettivo, distretti”** che ha portato al riconoscimento del distretto agroalimentare di qualità “**LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI E ZOOTECNICHE DEI PARCHI NATURALI DELLA SARDEGNA**” con determinazione Dirigenziale del **Servizio sviluppo dei territori e delle comunità rurali** dell’Assessorato Agricoltura e Riforma Agro Pastorale della Regione Sardegna n.49 del 26 Gennaio 2021.

In considerazione di quanto detto, il governo dell’economia agroalimentare di qualità non può che cercare di sostenere i processi di sviluppo e deve dunque avere le seguenti caratteristiche:

- a. definire un progetto unificante per un determinato territorio in quanto soltanto con il concorso di tutte le componenti della società e del tessuto produttivo è possibile avviare un processo di sviluppo auto sostenuto.
- b. promuovere e sostenere la partecipazione delle imprese private, creando occasioni di riflessione sul modello dello sviluppo agroalimentare di qualità e sui percorsi da intraprendere in risposta alle crescenti pressioni che derivano dall’evoluzione dei mercati e delle politiche, sostenendo la crescita delle competenze e la costruzione di vantaggi competitivi basati sulle risorse endogene;
- c. favorire la differenziazione produttiva in modo da mantenere e rafforzare le interconnessioni fra le diverse imprese e i diversi settori agroalimentari;
- d. indirizzare il sistema delle imprese verso quelle strutture e quelle produzioni che rappresentano il perno attorno al quale ruota la compresenza delle diverse attività produttive. Incidere, per esempio, sul sistema agricolo che opera in prevalenza su sollecitazione dell’incentivo pubblico (e in particolare di quello comunitario) sostituendolo con una prospettiva di progetto locale integrato e orientato al mercato per la produzione sia di prodotti da collocare presso le imprese di trasformazione (anche all’esterno dell’area), sia di prodotti che per le caratteristiche qualitative siano considerati come tipici dell’area;
- e. sostenere la multifunzionalità dell’agricoltura;
- f. Sostenere il sistema produttivo in un’ottica di qualità e sviluppo sostenibile.

GLI ELEMENTI SOCIALI, ECONOMICI E AMBIENTALI CHE CARATTERIZZANO IL DISTRETTO

I comuni sotto elencati rappresentano le sedi legali e/o operative delle imprese aderenti al distretto e all'organizzazione di produttori. Di seguito l'elenco dei comuni e la rappresentazione grafica della localizzazione degli stessi. Come si evince i comuni ricadono principalmente nel centro-sud Sardegna.

ELENCO DEI COMUNI:		
Alà dei Sardi	Ballao	Ortacesus
Buddusò	Burcei	Pabillonis
Arzana	Carbonia	Sadali
Atzara	Castiadas	Samassi
Bari Sardo	Dolianova	San Basilio
Bitti	Domusnovas	San Gavino Monreale
Desulo	Donori	San Nicolò Gerrei
Elini	Escalaplano	San Vito
Gadoni	Escolca	Sanluri
Gairo	Esterzili	Santadi
Ilbono	Genoni	Sardara
Jerzu	Genuri	Selegas
Lanusei	Gergei	Senorbì
Loceri	Gesico	Serramanna
Meana Sardo	Giba	Serri
Osini	Goni	Setzu
Perdasdefogu	Gonnosfanadiga	Seui
Talana	Guspini	Seulo
Tertenia	Isili	Siliqua
Tonara	Mandas	Silius
Triei	Muravera	Siurgus Donigala
Ulassai	Musei	Soleminis
Villagrande Strisaili	Narcao	Suelli
Assemini	Nuragus	Turri
Cagliari	Nurallao	Villacidro
Capoterra	Nurri	Villamar
Sarroch	Nuxis	Villamassargia
Ales	Orroli	Villanova Tulo
Assolo		Villaputzu
Asuni		Villaspeciosa
Gonnosnò		
Morgongiori		
Nureci		
Samugheo		
Senis		
Arbus		

Tab. 1 – Popolazione

	Sesso	maschi	femmine	totale
Sardegna		791696	819925	1611621
Alà dei Sardi		905	912	1817
Buddusò		1890	1854	3744
Arzana		1163	1147	2310
Atzara		560	528	1088
Bari Sardo		1894	2014	3908
Bitti		1317	1416	2733
Desulo		1097	1134	2231
Elini		270	284	554
Gadoni		367	385	752
Gairo		682	683	1365
Illbono		1038	1063	2101
Jerzu		1570	1595	3165
Lanusei		2581	2598	5179
Loceri		642	654	1296
Meana Sardo		845	854	1699
Osini		384	355	739
Perdasdefogu		916	905	1821
Talana		470	509	979
Tertenia		1949	1934	3883
Tonara		938	954	1892
Triei		556	541	1097
Ulassai		680	737	1417
Villagrande Strisaili		1555	1531	3086
Assemini		12903	13291	26194
Cagliari		70445	80560	151005
Capoterra		11193	11284	22477
Sarroch		2616	2577	5193
Ales		689	672	1361
Assolo		182	173	355
Asuni		156	162	318
Gonnosnò		355	360	715
Laconi		865	881	1746
Morgongiori		354	342	696
Nureci		170	166	336
Samugheo		1456	1494	2950
Senis		203	232	435
Arbus		2962	3042	6004
Ballao		378	358	736
Burcei		1395	1358	2753
Carbonia		12775	14038	26813
Castiadas		858	806	1664
Dolianova		4833	4774	9607
Domusnovas		2983	3068	6051
Donori		1004	1004	2008
Escalaplano		1129	997	2126
Escolca		265	292	557
Esterzili		276	307	583
Genoni		394	396	790

Genuri	149	160	309
Gergei	600	572	1172
Gesico	405	398	803
Giba	955	998	1953
Goni	250	213	463
Gonnosfanadiga	3125	3271	6396
Guspini	5690	5818	11508
Isili	1245	1307	2552
Mandas	1046	1041	2087
Muravera	2562	2672	5234
Musei	794	729	1523
Narcao	1577	1581	3158
Nuragus	423	440	863
Nurallao	620	589	1209
Nurri	1078	1040	2118
Nuxis	734	775	1509
Orroli	1069	1060	2129
Ortacesus	467	416	883
Pabillonis	1372	1295	2667
Sadali	481	451	932
Samassi	2412	2555	4967
San Basilio	603	585	1188
San Gavino Monreale	4047	4249	8296
San Nicolò Gerrei	378	346	724
San Vito	1766	1783	3549
Sanluri	4128	4252	8380
Santadi	1629	1664	3293
Sardara	1953	1996	3949
Selegas	662	685	1347
Senorbi	2415	2423	4838
Serramanna	4377	4417	8794
Serri	320	315	635
Setzu	69	69	138
Seui	633	610	1243
Seulo	412	383	795
Siliqua	1852	1860	3712
Silius	605	524	1129
Siurgus Donigala	943	967	1910
Soleminis	931	931	1862
Suelli	554	544	1098
Turri	206	207	413
Villacidro	6703	6744	13447
Villamar	1310	1264	2574
Villamassargia	1736	1755	3491
Villanova Tulo	553	507	1060
Villaputzu	2270	2334	4604
Villaspeciosa	1301	1304	2605

ANALISI COMPARTO LATTIERO CASEARIO

SITUAZIONE INTERNAZIONALE

La situazione internazionale riguardante la consistenza dei capi da latte ovini, i loro livelli produttivi e le relative produzioni di formaggi sono state desunte principalmente dalla consultazione del sito www.Faostat.org del *Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, Italy* e riportate nelle tabelle seguenti (1 – 8).

Tabella 1 - Numero di ovini da latte, produzione individuale e totale di latte ovino (FAOSTAT. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, Italy. www.faostat.org).

PAESE	Numerodi ovini dalatte (*000)			Produzione per pecora munta kg anno ⁻¹			Produzione totale di latte (t *000) 2016
	2007	2013	2016	2007	2013	2016	
Asia	116.213,8	125.423,7	134.688,0	36,2	36,7	35,1	4.727,7
Cina	40.500,0	44.000,0	48.620,0	26,5	27,5	28,0	1.361,4
Turchia	10.109,9	14.287,2	15.511,2	77,4	77,1	59,9	929,4
Iran	13.900,0	13.613,1	13.984,0	20,8	18,6	23,4	326,6
Siria	15.771,4	11.884,9	11.632,0	55,4	57,6	56,0	651,9
India	9.143,8	8.294,1	8.211,7	24,1	24,8	24,9	204,1
Africa	65.263,1	70.932,2	78.998,1	32,2	32,9	32,2	2.543,8
Sudan*	27.650,0	29.072,0	29.812,9	18,0	19,0	19,7	587,3
Mali	4.435,3	5.250,0	11.925,4	54,7	53,0	44,4	529,4
Algeria	9.213,3	10.491,3	11.064,8	23,6	25,9	25,6	282,8
Somalia	6.820,0	7.150,0	6.053,3	68,0	70,6	65,5	396,2
Niger	2.954,0	3.130,8	3.436,5	40,2	37,5	36,6	125,9
Europa	30.673,7	32.281,8	33.082,4	99,6	95,9	90,8	3.004,6
Romania	5.743,0	8.215,0	7.107,8	111,0	77,0	88,8	631,4
Grecia	7.037,7	6.732,6	6.700,0	106,5	115,7	106,2	711,6
Russia	2.587,5	2.422,2	5.276,5	0,3	0,3	1,2	6,5
Italia	5.674,0	5.246,5	5.206,3	101,5	73,2	81,6	424,8
Spagna	2.445,0	2.950,0	2.224,5	169,4	203,6	242,5	539,4
Albania	1.378,0	1.412,7	1.428,0	54,4	59,5	59,8	85,4
Francia	1.314,6	1.238,4	1.226,8	197,4	210,5	238,8	292,9
Bulgaria	1.193,0	999,5	1.024,5	71,2	94,4	77,8	79,7
Moldavia	664,6	559,6	552,5	31,1	37,1	39,3	21,7
Macedonia	535,8	521,4	529,6	68,3	69,6	77,5	41,1
MONDO	214.923,6	231.611,4	249.522,6	44,0	43,8	41,5	10.367,0

Metodo per ricerca FAOSTAT. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, Italy. www.faostat.org.
Consultazione sito: 24 luglio 2018. Ordine di presentazione decrescente in base alla consistenza censita nel 2016.

Tabella 2 – Produzione totale di formaggio ovino (FAOSTAT. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, Italy. www.faostat.org).

Produzione totale di formaggio (t)			
Paesi	2004	2007	2014
Asia	248.299	268.187	273.282
Cina	106.000	107.000	108.000
Turchia*	28.000	28.400	39.600
Iran*	17.500	18.000	18.750
Siria*	56.306	71.895	60.500
India	-	-	-
Africa	38.909	42.161	57.431
Sudan*	14.375	14.750	26.825
Mali	-	-	-
Algeria	-	-	-
Somalia	-	-	-
Niger	22.647	25.215	27.927
Europa	377.249	374.472	341.745
Romania	21.000	24.000	24.000
Grecia	122.449	120.077	125.000
Russia	-	-	-
Italia	81.940	84.305	57.595
Spagna	49.100	49.700	65.544
Albania	12.000	12.000	12.000
Francia	55.700	50.200	26.448
Bulgaria	12.500	11.000	12.000
Moldavia	4.250	5.000	5.000
Macedonia	-	-	-
TOTALE	<u>671.114</u>	<u>691.312</u>	<u>680.302</u>

Metodo per ricerca FAOSTAT. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome, Italy. www.faostat.org. Consultazione

SITUAZIONE ITALIANA

La situazione nazionale riguardante la consistenza dei capi da latte ovino, il latte raccolto e le relative produzioni di formaggi ripartiti per tipologia, sono state desunte principalmente dalla consultazione dai seguenti siti: ISTAT (<http://agri.istat.it>), Sistema Informativo Veterinario- BDN dell'anagrafe zootecnica Ministero della Salute, www.clal.it e dalla consultazione della pubblicazione di Renato Pieri "Il mercato del latte – Rapporto 2016", Milano, Franco Angeli, 2016.

Tabella 3 – Consistenza del bestiame ovino (numero di capi) al 1° dicembre 2017, 2016 e 2006. Dettaglio per regione - Fonte: ISTAT (consultazione 30/07/2018 - <http://agri.istat.it>)

Regione Italiana	2017	2016	2006
Piemonte	121.154	118.690	88.200
Valle d'Aosta	1.850	1.963	2.375

Lombardia	120.195	116.678	92.718
Liguria	9.261	16.914	22.038
Trentino-Alto Adige	90.705	79.633	59.934
Bolzano/Bozen	43.859	39.178	38.335
Trento	46.846	40.455	21.599
Veneto	48.136	52.395	30.780
Friuli-Venezia Giulia	12.058	13.621	5.529
Emilia-Romagna	63.532	71.919	91.122
Toscana	450.164	423.781	598.111
Umbria	178.029	187.606	175.461
Marche	157.817	148.216	186.453
Lazio	727.834	703.233	784.112
Abruzzo	218.243	198.186	341.795
Molise	82.090	83.165	159.428
Campania	193.407	185.728	268.734
Puglia	241.235	266.885	245.340
Basilicata	291.558	313.382	386.253
Calabria	237.188	267.526	263.377
Sicilia	718.759	734.903	826.737
Sardegna	3.252.218	3.300.450	3.598.688
ITALIA	7.215.433	7.284.874	8.227.185

Tabella 4 – Consistenza ovina in Sardegna. Fonte: Sistema Informativo Veterinario- BDN dell'anagrafe zootecnica Ministero della Salute

Provincia	2016	2017
Sassari	816.826	768.744
Nuoro	755.172	780.354
Cagliari	430.418	443.024
Oristano	511.182	528.179
Olbia-Tempio	154.383	154.331
Ogliastra	69.593	70.972
Medio Campidano	216.129	222.184
Carbonia-Iglesias	149.160	150.394
Totale	3.102.863	3.118.182

Tabella 5 - Latte di pecora raccolto presso le aziende agricole dall'industria lattiero-casearia per tipo (quantità in quintali). Dettaglio per regione - Anno 2016 ISTAT

	2016
Piemonte	2.200,00
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	-
Lombardia	2.835,00
Liguria	-
Trentino-Alto Adige	-
Bolzano/Bozen	-
Trento	-
Veneto	2.877,00
Friuli-Venezia Giulia	-
Emilia-Romagna	30.287,00
Toscana	613.163,00
Umbria	35.747,00
Marche	30.029,00
Lazio	244.931,00
Abruzzo	32.804,00
Molise	150,00
Campania	21.467,00
Puglia	34.173,00
Basilicata	1.010,00
Calabria	56.690,00
Sicilia	231.300,00
Sardegna	2.908.749,00
ITALIA	4.248.412,00

Tabella 6 – Consistenza caprina in Sardegna. Fonte: Sistema Informativo Veterinario- BDN dell'anagrafe zootecnica Ministero della Salute

Provincia	2017	%
Sassari	23.392	8.3
Nuoro	53.733	19.0
Cagliari	73.546	26.0
Oristano	25.207	8.9
Olbia-Tempio	11.043	3.9
Ogliastra	43.555	15.4
Medio Campidano	22.015	7.8
Carbonia-Iglesias	30.069	10.6
Totale	282.560	100

Tabella 7 - Latte caprino raccolto presso le aziende agricole dall'industria lattiero-casearia per tipo (quantità in quintali). Dettaglio per regione - Anno 2016, 2006 - Fonte: ISTAT (consultazione 30/07/2018 - <http://agri.istat.it>)

Regioni	2016
Piemonte	36.797,00
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	536,00
Lombardia	57.039,00
Liguria	961,00
Trentino-Alto Adige	6.452,00
Bolzano/Bozen	3.477,00
Trento	2.975,00
Veneto	16.321,00
Friuli-Venezia Giulia	809,00
Emilia-Romagna	941,00
Toscana	7.483,00
Umbria	293,00
Marche	-
Lazio	2.687,00
Abruzzo	2.600,00
Molise	149,00
Campania	5.055,00
Puglia	6.340,00
Basilicata	8.290,00
Calabria	1.468,00
Sicilia	5.968,00
Sardegna	157.136,00
ITALIA	317.325,00

Tabella 8 – Consistenza del bestiame bovino e vacche da latte (numero di capi) al 1° dicembre 2017 Dettaglio per regione - Fonte: ISTAT

Regione	Bovini	Vacche	Bovini
Piemonte	777.715	148.672	834.164
Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste	29.354	14.956	37.507
Lombardia	1.448.850	478.881	1.454.420
Liguria	16.432	2.758	19.267
Trentino-Alto Adige	201.913	97.229	181.553
Bolzano/Bozen	151.283	73.295	136.326
Trento	50.630	23.934	45.227
Veneto	833.259	154.001	848.141
Friuli-Venezia Giulia	126.312	42.807	111.901
Emilia-Romagna	681.425	273.918	667.669
Toscana	81.421	12.726	84.294
Umbria	53.044	8.433	54.031
Marche	58.465	10.889	49.325
Lazio	209.836	60.541	215.985
Abruzzo	67.408	20.826	61.498
Molise	56.684	16.333	50.337
Campania	213.634	78.808	208.594
Puglia	221.755	107.926	219.219
Basilicata	100.870	37.809	91.183
Calabria	134.761	32.686	125.967
Sicilia	365.172	117.967	354.142
Sardegna	271.083	72.954	260.570
ITALIA	5.949.393	1.791.120	5.929.767

Tabella 9 - Capi bovini da latte in Sardegna. Fonte: Sistema Informativo Veterinario- BDN dell'anagrafe zootecnica Ministero della Salute- 2016

Provincia	Capi	% su Sardegna
Sassari	6.655	13,1
Nuoro	2.199	4,3
Cagliari	1.324	2,6
Oristano	37.428	73,9
Olbia-Tempio	421	0,8
Ogliastra	31	0,1
Medio Campidano	1.730	3,4
Carbonia-Iglesias	807	1,5
Totale	50.595	100

Tabella 10 - Latte vaccino raccolto presso le aziende agricole dall'industria lattiero-casearia per tipo (quantità in quintali). Dettaglio per regione - Anno 2016, 2006 - Fonte: ISTAT (consultazione 30/07/2018 - <http://agri.istat.it>)

Regioni	2016	2006	var. % 2016/2006
Piemonte	8.643.643	7.333.039	17,87
Valle d'Aosta	234.719	31.814	-25,20
Lombardia	46.294.451	38.560.619	20,06
Liguria	164.029	291.518	-43,73
Trentino-Alto Adige	5.640.119	5.369.617	5,04
Bolzano/Bozen	3.920.401	3.771.389	3,95
Trento	1.719.718	1.598.228	7,60
Veneto	1.0316.484	8.769.565	17,64
Friuli-Venezia Giulia	1.770.137	3.017.153	-41,33
Emilia-Romagna	25.867.805	20.438.799	26,56
Toscana	790.407	661.527	19,48
Umbria	591.912	862.235	-31,35
Marche	739.795	445.611	66,02
Lazio	3.655.516	5.574.354	-34,42
Abruzzo	197.134	334.769	-41,11
Molise	610.287	1.082.920	-43,64
Campania	2.155.693	2.207.781	-2,36
Puglia	2.446.571	2.033.129	20,34
Basilicata	248.393	299.620	-17,10
Calabria	632.405	618.466	2,25
Sicilia	1.776.370	1.554.734	14,26
Sardegna	2.126.516	2.156.565	-1,39
ITALIA	114.902.386	101.925.835	12,73

Tabella 11 - Produzione di formaggi per tipologia di latte in Italia nel periodo 2012/2015 (tonnellate). Fonte: Elaborazione Agenzia Laore Sardegna su dati R. Pieri Il mercato del latte – Rapporto 2016, Milano, Franco Angeli, 2016

	2012	2013	2014	2015	Var. % 15/14
Vacciniemisti	1.072.063,4	1.049.414,8	1.075.158,7	1.070.258,3	-0,5
Ovini	82.198,1	78.551,3	76.367,6	81.350,2	+6,5
Caprini	6.516,3	5.423,9	5.630,6	5.759,6	+2,3
Bufalini	57.960,4	59.723,5	61.220,0	64.919,7	+6,0
Totale	1.218.738,2	1.193.113,5	1.218.377,0	1.222.287,8	+0,3

Tabella 12 - Produzione di formaggi per tipologia in Italia nel periodo 2012/2015 (tonnellate). Fonte: Elaborazione Agenzia Laore Sardegna su dati R. Pieri Il mercato del latte – Rapporto 2016, Milano, Franco Angeli, 2016

	2012	2013	2014	2015	Var. % 15/14
Formaggi duri	377.192,3	366.817,0	378.440,1	382.590,5	+1,10
Formaggi semiduri	187.071,4	182.079,3	182.026,9	180.302,9	-0,95
Formaggi molli	607.207,1	596.563,9	610.279,0	611.049,0	+0,13
di cui freschi	436.049,9	421.298,1	435.462,5	436.479,5	+0,23
Totale	1.171.470,8	1.145.460,2	1.170.746,0	1.173.942,4	+0,27
di cui DOP	493.873,1	481.719,0	496.688,5	504.065,8	+1,49

Tabella 13 Produzioni di formaggi italiani DOP – Ovini - Tonnellate

TIPO/ANNO		2012	2013	2014	2015	2016	2017	±su 2016
Pecorino Romano ¹	P	25.099	24.778	24.117	30.168	35.632	27.856	-21,82%
Pecorino Toscano	P	3.068	2.669	2.871	2.944	3.650	3.562	-2,41%
Pecorino Sardo	P	2.031	1.783	1.720	1.414	1.500	1.625	+8,33%
Fiore Sardo ²	P	(e) 735	515	515	550	(e) 550	735	+33,64%
Pecorino Siciliano ³	P	26,3	24,4	33,0	40,0	50,0	66,6	+33,20%
Canestrato Pugliese	P	n.p.	0,8	n.p.	n.p.	n.p.		-
Pecorino di Filiano	P	8,5	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.		-
TOTALE COMPLESSIVO		30.968	29.770	29.256	35.116	41.382	33.845	-18,21%*

SITUAZIONE SARDA

Sistema di allevamento ovino da latte

In Sardegna ricade il 30% del territorio nazionale riconducibile a sistemi di pascolamento di grande estensione (Large Scale Grazing Systems, LSGS) (dati progetto LACOPE, 2009), rappresentati dagli areali che vanno dalle pianure e sistemi collinari, fino ai sistemi montuosi e al massiccio del Gennargentu. Il 70% delle aziende ovine censite in Sardegna è ubicato in collina, ma l'allevamento è residente e ben rappresentato anche nelle pianure della Nurra e del Campidano (16,5%), mentre il 13% delle aziende è ubicato in montagna. Una quota ricade in comprensori irrigui, ma meno del 10% della superficie agricola totale della regione è effettivamente irrigata. La superficie agricola utilizzata (SAU) della Sardegna (1.142.006 ha, -1% rispetto al censimento del 2010, Annuario Statistico Nazionale, 2015) è costituita prevalentemente da prati permanenti e pascoli (60,8%) e da seminativi (33,7%). Le coltivazioni permanenti rappresentano solo il 5,5% della SAU. Le aziende ovine detengono circa l'80% del totale della SAU sarda.

In Italia e in particolare in Sardegna, in Grecia, in alcune regioni della Spagna (Castilla La Mancha, Castilla y Leon e Paesi Baschi), in Corsica e nei Paesi Baschi Francesi, il sistema di allevamento della pecora da latte è sostanzialmente basato sulla produzione di foraggio e sulla sua diretta utilizzazione con il pascolamento.

L'alimentazione degli animali, il cui costo rappresenta la principale voce del bilancio aziendale, è quindi basata sulla utilizzazione delle risorse foraggere aziendali, sia direttamente con il pascolamento che previa conservazione, integrata con alimenti concentrati e/o fieni di provenienza extra-aziendale, in dipendenza delle caratteristiche pedo-climatiche dell'azienda (Tabella 24). Infatti, nelle pianure, dove l'incidenza della SAU coltivabile è alta, le produzioni di latte per capo e per ettaro sono maggiori grazie al maggior carico animale sostenuto dal sistema, mentre nelle aziende di collina o montane, dove è maggiormente rappresentato il pascolo naturale, la produzione di latte per capo diminuisce come pure il carico mantenibile per ettaro a causa della bassa produttività del pascolo naturale. Le aziende basate totalmente sul pascolo naturale, localizzate generalmente in alta collina, hanno un'autosufficienza del 52%, valore che sale a 69% e 83% in quelle aziende site in media collina o in pianura asciutta, con incidenza di superficie investita a erbai e prati coltivati del 10 e 63%, rispettivamente.

A causa della stagionalità e bassa produttività dei pascoli naturali e prati permanenti, propria dell'ambiente Mediterraneo, del basso impiego di leguminose con scarso ricorso alla coltivazione di prati e colture autoriseminanti, l'integrazione alimentare con fieni e concentrati è abbastanza elevata e può variare, in dipendenza degli andamenti climatici e soprattutto degli apporti pluviometrici, dal 40 fino all'80% della razione alimentare giornaliera, con consumi medi di 80-120 kg per pecora per anno di concentrato. In Sardegna nel 2014 il settore zootecnico nel suo complesso ha utilizzato 138.774 tonnellate di mangime (mangimi completi + mangimi complementari). Il dato però sottostima il consumo totale di mangimi non considerando la quota di autoconsumo aziendale (granelle semplici, prodotte e consumate in azienda - Annuario statistico Italiano, 2015).

Importanza del sistema foraggero

È evidente come l'introduzione di foraggere coltivate aumenti la produttività dell'azienda e ne diminuisca fortemente la sua dipendenza dal mercato esterno.

La coltivazione delle risorse foraggere per la produzione di erbai o prati e di scorte è ancora limitata alla semina di erbai prevalentemente di graminacee, soprattutto cereali. Poco impiegate risultano, invece, le

leguminose. Le tecniche agronomiche di impianto sono basate principalmente sulle lavorazioni tradizionali; la semina viene spesso effettuata con lo spandiconcime, l'impiego di fertilizzanti è basato essenzialmente sull'uso di concimi azotati: su 42.105 t di concimi impiegati in agricoltura il 56% sono riferibili a concimazioni azotate (concimi semplici azotati) mentre la distribuzione di fosforo e potassio è molto più limitata, attestandosi al di sotto dell'1.5%. L'uso di sementi certificate è limitato. Il risultato è spesso una bassa efficienza della semina con alte quantità di seme impiegato e risultati dubbi sulla quantità e qualità della produzione di foraggio disponibile per gli animali. La gestione delle risorse foraggere risulta poco efficiente in quanto spesso manca totalmente la lotta alle infestanti che tendono a prendere il sopravvento riducendo di fatto la disponibilità di pascolo e la sua qualità. L'impiego dei diserbanti, possibile esclusivamente durante le prime fasi di impianto della coltura, è molto limitato (8% dell'impiego a livello nazionale). La lotta meccanica, che aumenterebbe di molto l'efficienza di utilizzazione della coltura e che non presenta alcuna controindicazione, spesso non viene praticata per mancanza di mezzi idonei.

Considerato inoltre che l'11,3 % della superficie agricola sarda è classificata ad alto rischio di erosione idrica e che il 60% del territorio è vulnerabile alla desertificazione, contro una media nazionale del 30%,

Analisi economica del settore ovino

La dimensione media delle aziende ovine è superiore a quella nazionale (203 contro 162 capi per azienda). La conduzione dell'azienda è prevalentemente familiare, il conduttore con la sua famiglia (moglie e figli) apportano il 92% della manodopera necessaria su base annua, cosa che accomuna la Sardegna alla Liguria (90%) o a realtà agricole italiane molto meno importanti della nostra (Valle D'Aosta, Abruzzo e Molise, per esempio).

L'analisi economica del processo produttivo del latte di pecora non è una analisi semplice dipendendo, come tutti i processi produttivi, da diversi fattori della produzione, non tutti sotto il diretto controllo dell'allevatore, quali le condizioni climatiche e gli andamenti di mercato. Non ultimo è da considerare che una delle maggiori "driving force" sono rappresentate dagli aiuti comunitari (premi e PSR).

Il costo di produzione del latte ovino in Sardegna è tratto dalla pubblicazione del 2010 "Economia dell'allevamento ovino da latte" a cura di L. Idda, R. Furesi e P. Pulina – Editore Franco Angeli. Lo studio partendo dai dati del Programma di Elaborazione Regionale e Simulazione Economica Ovicaprini (PERSEO) dell'ARA Sardegna ha selezionato 23 aziende ovine distinte per quota altimetrica (pianura <200 m slm, collina 200-500 m slm, montagna >500 m slm) e dimensione gregge (piccole <200 capi, medie 200-400 capi, grandi >400 capi). Il costo di produzione del litro di latte ovino variava tra 0.91 a 1.1 € , con il dato più basso registrato nelle aziende medie, il più alto nelle piccole e l'intermedio (0.97 €/l) nelle grandi (Tabella 25).

Gli autori ribadiscono nelle conclusioni che *"un aspetto centrale che è emerso in tutta evidenza è la conferma della tesi che rigetta l'esistenza di un unico costo di produzione del latte ovino in Sardegna, trattandosi di un parametro la cui entità è fortemente legata alle specifiche condizioni del territorio, se non addirittura dell'azienda, il cui processo produttivo è condotto"*. Pertanto a puro titolo esemplificativo riportiamo il valore medio del campione di aziende, considerate nel lavoro, dei componenti del costo di produzione del latte ovino.

Tabella 24 - Costo di produzione del latte ovino. Fonte: Elaborazione Agenzia Laore Sardegna su dati L. Idda, R. Furesi, P. Pulina Economia dell'allevamento ovino da latte, Milano, Franco Angeli, 2010

Spese varie	0,32
Quote	0,11
Imposte, tasse e contributi	0,06
Remunerazione del lavoro	0,29
Remunerazione del capitale agrario	0,08
Remunerazione del capitale fondiario	0,11
Costo di produzione	0,97

La pubblicazione su citata riporta altresì gli elementi medi di produzione vendibile, premi, costi e utili per capo allevato, riassunti nella Tabella 26.

Tabella 15 - Elementi economici nella produzione del latte ovino. Fonte: Elaborazione Agenzia Laore Sardegna su dati L. Idda, R. Furesi, P. Pulina Economia dell'allevamento ovino da latte, Milano, Franco Angeli, 2010

		Euro
A	Produzione vendibile per capo presente (comprensiva dei premi)	217,1
B	Premi accessori per capo presente	57,1
C	Costo di produzione aziendale per capo presente	196,7
	Tornaconto per capo presente (A-C)	20,4
	Tornaconto senza premi per capo presente (A-B-C)	-36,7

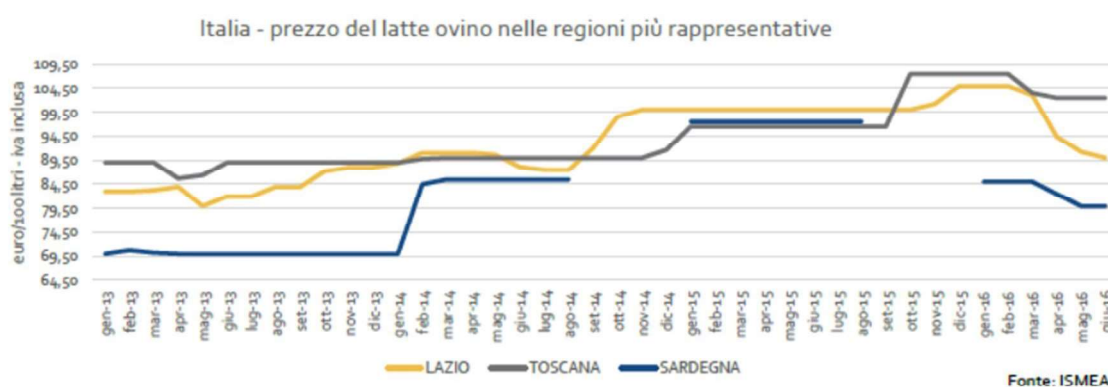


Figura 1 - Andamento del prezzo del latte ovino in Sardegna, Lazio e Toscana.

Il raffronto con le altre regioni mostra come le variazioni di prezzo seguano le condizioni del mercato, con andamento simile, ma il prezzo in Sardegna è spesso nettamente più basso di quello praticato nelle altre regioni (Figura 1).

Rimane fondamentale però rimarcare che nel costo di produzione del litro di latte influisce, in maniera preponderante, l'incidenza nella razione alimentare degli alimenti di provenienza extra-aziendale. Tenendo presente che la formulazione della razione, oltre che dalle esigenze energetiche degli animali, dipende dal tipo di gestione (incidenza degli apporti da pascolamento sul totale del soddisfacimento delle esigenze

nutritive degli animali) si riportano di seguito alcune indicazioni su produzioni e costi di alimentazione per diversi sistemi di allevamento, risultato di esperienze e indagini svolte da Agris nell'ambito di un numero limitato di aziende .

Inoltre è ormai scientificamente provato che la presenza di pascolo aumenta la produzione di latte individuali e consente un risparmio di fieno e concentrato per litro di latte prodotto. La produzione di latte per ettaro è superiore nel caso di allevamenti parzialmente stabulati (6006, 6501 e 5280 kg ha⁻¹ in Stabulato, Stabulato +pascolo e Pascolo, rispettivamente) mentre la produzione di fieno per ettaro necessaria per rendere il sistema autosufficiente è pari a 6.2 t ha⁻¹, 5.3 t ha⁻¹ e 4.5 t ha⁻¹ per i tre sistemi rispettivamente. Si evidenzia quindi come il sistema al pascolo, considerando una produzione di fieno di un erbaio autunno-vernino pari a 4 – 5 t ha⁻¹ sia in equilibrio, mentre i due sistemi stabulati devono per forza ricorrere alla coltivazione di colture altamente produttive quali l'erba medica o mais con input agronomici e tecnici decisamente superiori. Bisogna comunque sottolineare che i dati riportati sono riferiti alla pecora da latte di razza Sarda, alla quale si può attribuire una grande capacità di sfruttare le risorse naturali con il pascolamento essendo da sempre allevata al pascolo e selezionata per questo tipo di allevamento. A conferma di questo si riportano i dati sperimentali dei valori medi dell'ingestione della razione "Unifeed" (RC) da parte di ovini da latte di razza Sarda allevati esclusivamente in stalla (UF) o in stalla con un'integrazione di 3 ore al giorno di pascolamento su erbai autunno-vernini (Erba) e le rispettive produzioni di latte. L'ingestione giornaliera e la produzione di latte per capo è risultata superiore negli animali che hanno avuto, oltre la dieta secca in stalla, la possibilità di pascolare (Fois et al., 1998).

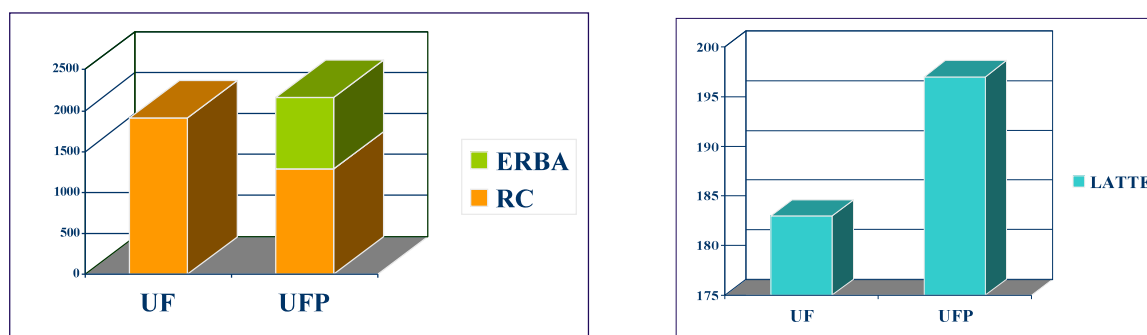


Figura 2 - Valori medi dell'ingestione della razione "Unifeed" (RC) da parte di ovini da latte di Razza Sarda allevati esclusivamente in stalla (UF) o in stalla con un'integrazione di 3 ore al giorno di pascolamento su erbai autunno-vernini (Erba) e le rispettive produzioni di latte.

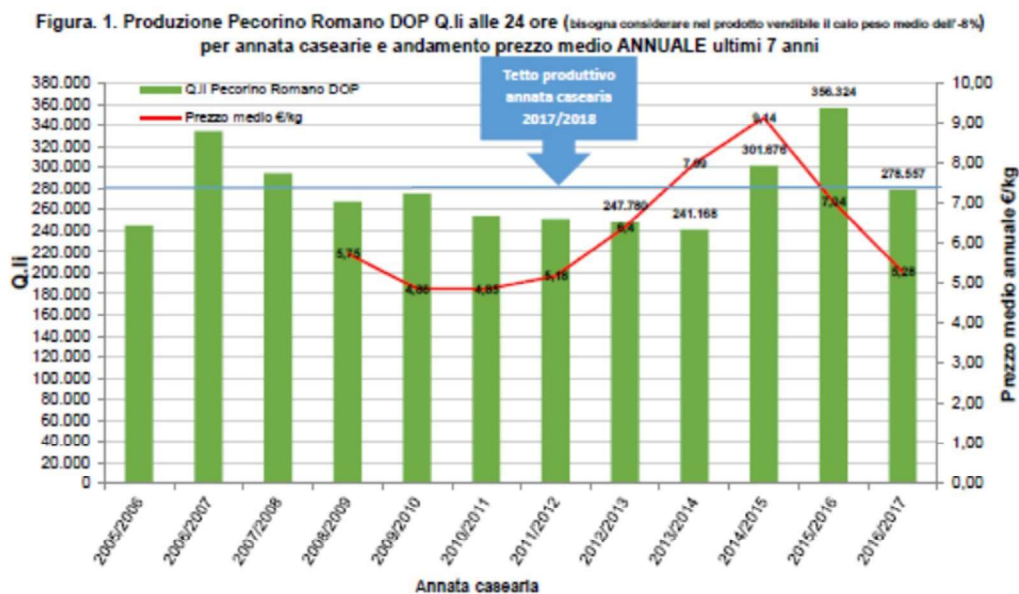
La redditività dell'azienda zootecnica potrebbe essere incrementata puntando sull'incremento della produzione individuale per lattazione piuttosto che con l'aumento del numero di capi. Per migliorare la produzione per capo è necessario puntare su individui geneticamente migliorati e, nel caso della razza Sarda, su un sistema di allevamento che a fianco alla tecnica di allevamento degli animali, riesca ad affinare la tecnica di produzione di erba da pascolo, entrando più spesso nel merito delle differenze tra le foraggere utilizzate e sulle modalità di gestione del pascolamento. L'agroalimentare sardo punta sulla qualità e sulla diffusione di un'immagine legata alla salubrità e a paesaggi incontaminati pascolati da animali allevati in condizione di grande benessere, quale quello che viene percepito dal consumatore riferito a greggi o mandrie che possono pascolare piuttosto che essere allevati in stalla (polli, maiali, ...).

L'allevamento in stalla, che ha portato la Spagna ad avere importanti incrementi produttivi, è basato su animali con una genetica completamente diversa da quella Sarda, e riesce ad abbattere i costi di

alimentazione negli allevamenti grazie alla disponibilità di sottoprodotti dell'industria agroalimentare. In Sardegna non esiste la consuetudine di alimentare le pecore con sottoprodotti perché di difficile reperimento, data la mancanza di industria alimentare, ma al momento non sarebbe neanche auspicabile data l'immagine salutista e naturale tanto apprezzata del "Made in Sardinia" dei nostri prodotti.

Il latte di pecora rappresenta il 2.4 % del latte raccolto su base nazionale (12 milioni di tonnellate) e il 68% del solo latte di pecora (elaborazione su dati Istat 2016). Oltre il 50% del latte ovino sardo è destinato alla produzione di Pecorino Romano DOP il cui mercato ha sempre condizionato le scelte produttive del comparto, determinando di fatto il prezzo del latte, senza tenere conto della sua qualità e dell'effettivo utilizzo. Fanno eccezione alcune realtà locali, come per es. la Cooperativa Pastori di Dorgali che negli anni in cui il prezzo del Pecorino Romano ha avuto un grosso incremento non ha ceduto alla monoproduzione, più remunerativa nell'immediato, ma non nel lungo periodo (ARA, 2016 <http://www.ara.sardegna.it/aras-%E2%80%99Cla-coop-pastori-di-dorgali-%C3%A8-un-esempio-virtuoso-di-cooperazione%E2%80%9D>).

Rispetto alla campagna 2013/2014 in cui la produzione di Pecorino Romano si è attestata sulle 24.000 t, nella campagna 2014/2015 e 2015/2016 c'è stato un incremento della produzione del 47.8%, passando a 39.000 e 36.000 tonnellate (Figura5), rispettivamente (fonte: Consorzio tutela Pecorino Romano). Nel 2015 sono stati esportati 10.809 t, +3.7% rispetto al 2014, con un relativo incremento nel pezzo di vendita che è passato da 5,70 € nel 2007 a 9,50 € nel 2015. Gli aumenti nelle esportazioni e nel prezzo del Pecorino Romano hanno consentito un incremento del prezzo del latte riconosciuto agli allevatori. Nonostante nelle ultime due campagne la quantità di formaggio prodotta sia rimasta praticamente invariata, nel 2016 il prezzo del Pecorino Romano ha avuto un trend decrescente. Negli ultimi mesi della campagna 2015/2016 a un kg di formaggio era riconosciuto un prezzo di 7,85 € (Aprile 2016, Fonte CCIAA), mentre la nuova campagna 2016/2017 ha aperto con una quotazione del Pecorino Romano al di sotto dei 7,00 €/kg (6,24 e 5,86 €/kg ad inizio di ottobre e fine di novembre 2016).



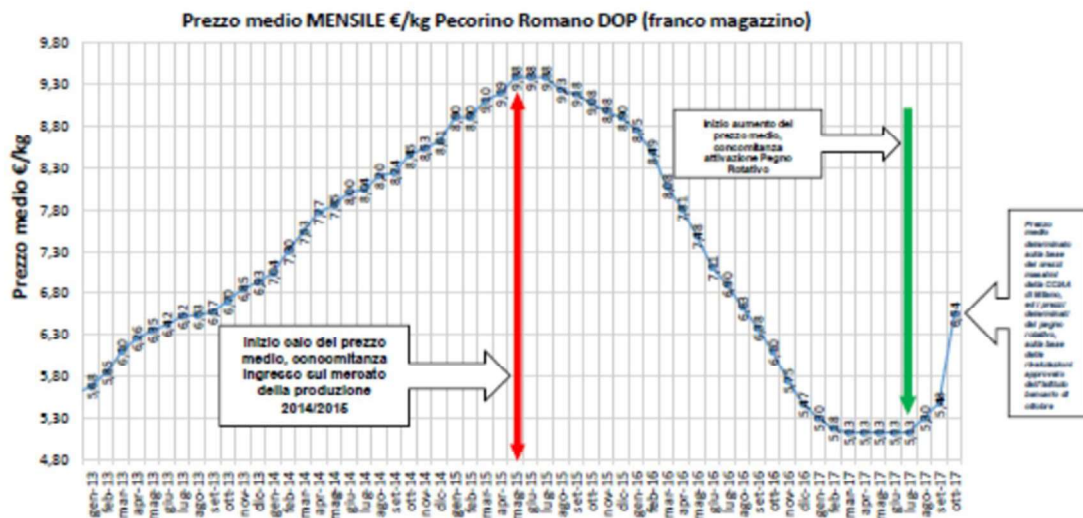


Figura 6 - Prezzo medio mensile del Pecorino Romano franco magazzino

Questo è il principale fattore, anche se non l'unico, che ha portato il prezzo da un valore massimo 9,38 €/Kg (maggio-luglio 2015) a un valore che nel dicembre 2016 era di 5,45 €/Kg (fonte: CLAL), con un trend in continua diminuzione e gli inevitabili riflessi sul prezzo del latte, che dopo avere raggiunto 1 €/litro nei primi mesi del 2015, è precipitato a 83 centesimi/litro nel secondo trimestre del 2016 (fonte: ISMEA). Attualmente i prezzi offerti da alcuni caseifici sono nettamente più bassi, tali da far temere un ritorno ai periodi bui del 2010 - 2012 con prezzi inferiori ai costi di produzione che generano una situazione di grande incertezza e instabilità. Le altre due denominazioni protette, con produzioni che nel 2015/2016 sono state di 145,26 tonnellate per il Fiore Sardo (fonte: servizio certificazione AGRIS) e di circa 2.600 tonnellate di Pecorino Sardo (dato stimato), non sono assolutamente in grado di incidere sul prezzo del latte.

Sistema di allevamento caprino da latte

Il sistema di allevamento caprino da latte in Sardegna non è omogeneo ma presenta una certa variabilità. In una indagine svolta da AGRIS diversi anni fa (Usai *et al.*, 2006) su 151 aziende presenti nelle 4 aree storiche sono stati individuati tre principali sistemi di allevamento. Il sistema estensivo tradizionale, fondato sull'allevamento del genotipo originario (Sarda primitiva) su terreni comunali, perlopiù in Ogliastra, caratterizzato da bassi livelli strutturali, gestionali e produttivi. Tale sistema costituisce la base del gradiente di intensificazione degli allevamenti sardi rappresentato in Figura 7. Il secondo gruppo di aziende identifica un sistema di allevamento semi-estensivo, localizzato prevalentemente nel Sulcis-Iglesiente. Questo gruppo presenta livelli strutturali, gestionali e produttivi, migliori rispetto al sistema precedente. Il terzo sistema di allevamento identificato ricorre a pratiche gestionali assimilabili a un sistema semi-intensivo con performance produttive e riproduttive relativamente elevate.

Oltre a questi gruppi principali, sono stati identificati altri due gruppi di aziende con caratteristiche intermedie (Figura 7). Esistono poi delle aziende non coinvolte nell'indagine con caratteristiche tipiche dei sistemi di allevamento intensivi (razze specializzate, allevamento stabulato etc.).

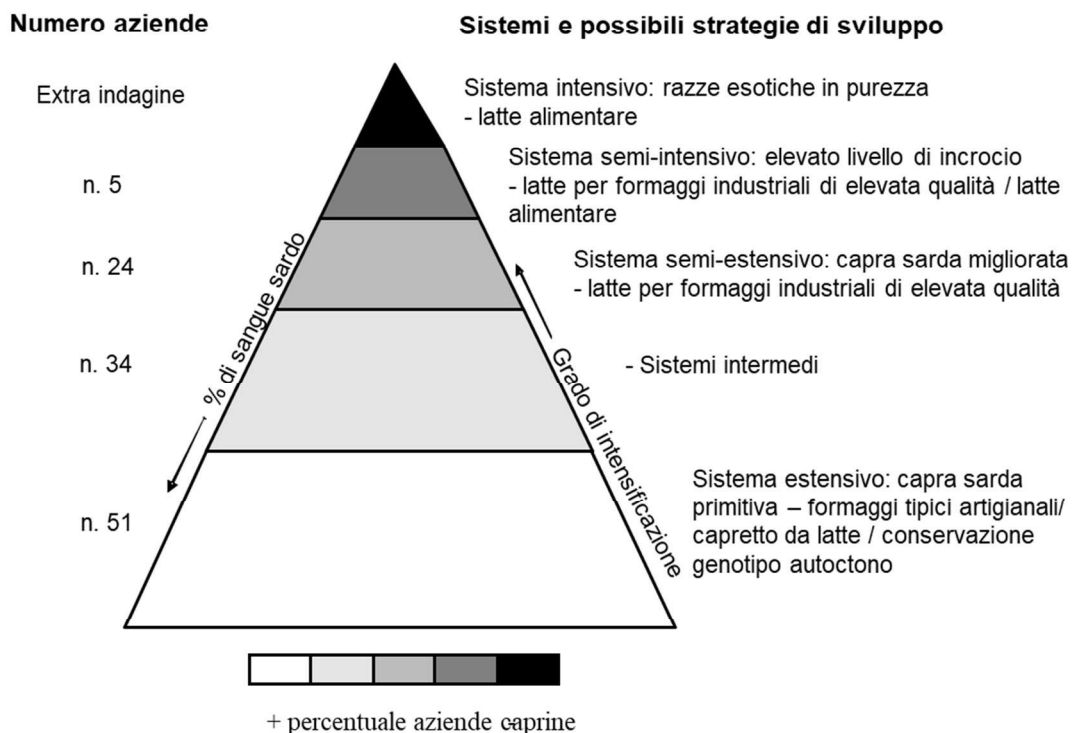


Figura 7 - Struttura del sistema di allevamento caprino sardo e possibili strategie di sviluppo (Usai et al., 2007)

La situazione attuale dell'allevamento caprino in Sardegna, per quanto riguarda i sistemi di allevamento presenti, probabilmente rispecchia ancora lo schema dell'indagine svolta da AGRIS, ma meriterebbe un aggiornamento anche per considerare alcune realtà più recenti come quella della 3A di Oristano. La cooperativa infatti dopo la acquisizione nel 2012 delle Fattorie Girau è entrata nel mercato del latte caprino con un bacino di 100 aziende certificate in filiera controllata e 3.4 milioni di litri di latte caprino conferito nell'annata 2014/2015.

L'ISTAT nel decennio 2006/2016 riporta per la Sardegna una riduzione delle produzioni del latte di vacca e di pecora ed un incremento della produzione del latte di capra.

Un'analisi economica seria del sistema di produzione necessita di uno studio di lunga durata sui diversi sistemi di allevamento presenti con la collaborazione di esperti economisti, analogamente a quanto fatto per il sistema di produzione del latte ovino (Idda et al., 2010). L'analisi economica chiaramente deve considerare il prezzo del latte, prodotto principale del sistema di produzione.

In una indagine effettuata dall'APA di Nuoro (Bitti & Pirisino, 2015) in sei cooperative (Meana Sardo, Dorgali, Siniscola, Onifai, Tertenia, Nurri) che hanno raccolto e trasformato latte caprino, il prezzo medio in acconto, è stato di Euro 0,7315/l, con una chiusura media superiore agli 0,80€ /l (Tabella 28). Per il 2015 si prevedeva per la 3A Arborea un conguaglio per latte alimentare di Euro 0.785/l.

Tabella 28 - Litri lavorati e prezzi pagati relativi a 6 cooperative anni 2014-15.

Cooperativa	Litri lavorati 2014	Prezzo € 2014	Litri lavorati 2015	Prezzo € 2015
Dorgali	280.000	0,900	368.010	* 0,592
Siniscola	82.702	0,638	103.813	* 0,800
Nurri	738.081	0,888	920.371	* 0,800
Meana Sardo	19.790	0,693	21.592	* 0,847
Onifai	327.192	0,770	350.925,5	* 0,750
Tertenia	317.086	0,608	319.799,5	*0,600
Totale/Media**	1.764.851	0,795	2.084.511	0,731

* I prezzi pagati nel 2014 sono definitivi, quelli 2015 sono acconti da conguagliare a fine esercizio sociale.

** Il totale è riferito ai litri di latte lavorati. Le medie sono riferite ai prezzi pagati ai soci.

Oltre la produzione del latte nell'allevamento caprino, bisogna considerare la produzione di carne (capretto da latte) e soprattutto nelle zone più vocate (Ogliastra), la produzione del caglio di capretto. Quest'ultima raggiunge quotazioni che ormai rasentano i 100,00 €/kg.

Il prezzo del capretto è soggetto a notevoli variazioni nel corso dell'anno raggiungendo i valori più elevati nei periodi di Natale e Pasqua (Figura 8).

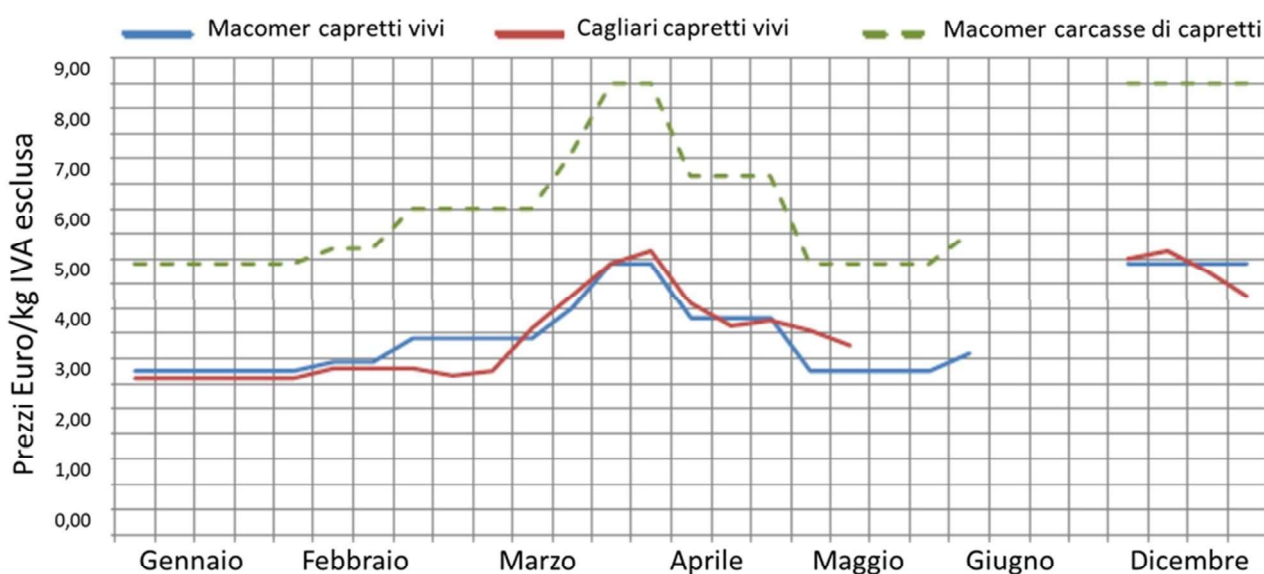


Figura 8 - Prezzo medio dei capretti nel corso dell'anno 2012 in Sardegna (Fonte ISMEA elaborata da LAORE).

Sistema di allevamento bovino da latte

Discorso a parte merita il comparto bovino da latte. Infatti, il sistema di allevamento più rappresentativo della Sardegna è senza dubbio quello che caratterizza il territorio dell'Oristanese e in particolare del comprensorio di Arborea e Terralba, poiché si alleva circa il 75% della consistenza regionale dei Bovini da latte, di razze Frisona e Bruna, distribuiti attualmente in circa 150 aziende zootecniche. Il dato delle aziende in attività è attendibile, se si considera che i tecnici della sede di Arborea dell'Agenzia Laore stanno per concludere la predisposizione dei Piani di Utilizzazione Agronomica del 95% delle aziende ricadenti nella Zona Vulnerabile Nitrati. Il P.U.A. aziendale contiene le informazioni utili che consentono di calcolare la quantità di azoto (nelle varie forme) che si può utilizzare attraverso la distribuzione sostenibile nei terreni coltivati. Si tratta di allevamenti specializzati di tipo intensivo nei quali sono somministrati agli animali alimenti che provengono dalle coltivazioni aziendali, con razioni alimentari qualitativamente standardizzate e bilanciate: mais, triticale, loiessa ed erba medica vengono infatti coltivati con appropriate tecniche agronomiche e conservati appena sfalciati, mediante fienagione o la tecnica dell'insilamento. Come in tutte le aziende di bovini da latte, dove l'alimentazione di base è l'unifeed, la coltura foraggera principale è il mais per la produzione di trinciato integrale. A differenza di altri areali della Sardegna, in questo comprensorio, per la ridotta disponibilità di terreni coltivabili e grazie alla presenza di acqua di irrigazione consortile, è praticata la doppia coltura e spesso al mais succede in coltura ripetuta un erbaio autunno vernino di graminacee (loiessa, triticale e miscugli) destinato anch'esso alla produzione di insilato d'erba e/o alla fienagione. La zootecnia di questo territorio rappresenta un sistema gestionale evoluto, al pari di quello delle regioni più specializzate nella produzione di latte vaccino, dove si utilizzano come base della razione alimentare i foraggi aziendali, accompagnati da altri alimenti che la completano e la integrano. Attualmente è sempre maggiore lo sforzo degli imprenditori di valorizzare gli alimenti autoprodotti sulla SAU aziendale in relazione al crescente andamento dei prezzi delle materie prime, attraverso l'ottimizzazione dell'efficienza dei sistemi produttivi e di conservazione degli alimenti zootecnici, con particolare attenzione alla produzione di foraggi di alta qualità.

L'impegno a migliorare le proprie produzioni è stato perseguito negli anni senza trascurare gli aspetti del benessere animale, che da sempre ha rappresentato una priorità nelle scelte imprenditoriali degli allevatori. Tali scelte hanno determinato nell'ultimo ventennio la lenta ma costante evoluzione della tecnica di allevamento con il passaggio dalla stabulazione libera con lettiera permanente a quella con cuccette, con conseguente ridotto utilizzo di paglia.

L'uso di cuccette ha inoltre portato indubbi vantaggi di carattere sanitario che si sono concretizzati nell'immediato miglioramento delle caratteristiche qualitative del latte, con l'abbattimento della carica microbica e delle cellule somatiche. A tali vantaggi si è sommato l'incremento del reddito aziendale in ragione del pagamento del latte in base alla qualità e dei minori costi per l'approvvigionamento della paglia.

Un ulteriore passo evolutivo per il comparto è rappresentato dal recente incremento dell'adozione del Sistema Automatico di Mungitura (AMS) detto anche "Robot di mungitura". Questo sistema ad alta tecnologia, già adottato in 10 aziende del territorio, si basa sulla tendenza, o meglio sulla motivazione delle vacche ad essere munte in maniera volontaria diverse volte al giorno, attraverso un sistema robotizzato che quindi non richiede l'intervento e il controllo dell'allevatore. Il sistema è collegato a un computer che con il suo software consente di poter monitorare i parametri fisiologici e produttivi, anche da remoto.

Nel quadro di comparto si descrive il contesto che caratterizza il territorio di Arborea e Terralba in quanto rappresentativo per la Sardegna, sia per consistenza di capi che per quantità produttiva e qualità, ma anche perché anche in altre zone irrigue della regione esiste una tipologia di allevamento simile, tipica delle aziende specializzate che producono latte vaccino da conferire agli Stabilimenti lattiero caseari.



Caratteristiche della filiera lattiero caseario e produzioni.

Nello scenario regionale ed agroalimentare della Sardegna, la filiera lattiero –casearia di tipo bovino trova ad Arborea il suo asse portante e di riferimento per gran parte della realtà associata, senza dimenticare realtà minori ma non meno importanti che contribuiscono a caratterizzarla.

Nel Distretto Agroalimentare di Arborea le Aziende di allevamento bovino da latte ad alta produttività sono organizzate in un sistema Cooperativo, costituito dalla Cooperativa Assegnatari Associati Arborea, meglio conosciuta come Cooperativa Latte Arborea, la Cooperativa Produttori Arborea e la Banca di Credito Cooperativo di Arborea.

La Cooperativa Latte Arborea, Organizzazione di Produttori riconosciuta dalla Regione Sardegna, associa complessivamente 226 Soci diretti in tutto il territorio regionale.

Gli imprenditori zootecnici associati in Sardegna conferiscono quotidianamente circa 560 mila litri di latte, prodotti in allevamenti specializzati e selezionati, per un totale di circa 50.000 capi bovini coinvolti, comprese le vitelle allevate per la sostituzione delle vacche a fine carriera, di razza Frisona e Bruna.

Nel 2017 oltre 205 milioni di litri di latte sono stati raccolti unicamente da allevamenti sardi.

La strategia di aggregazione pressoché totale del comparto produttivo lattiero caseario bovino è stata anche sostenuta dalle politiche agricole regionali negli ultimi decenni.

In particolare, gli investimenti realizzati dalla Cooperativa 3A Latte Arborea dal 1994 ad oggi nella sola trasformazione lattiero casearia ammontano a circa 72 milioni di Euro, di cui 39 milioni di risorse pubbliche regionali, nazionali e comunitarie, in attuazione di specifiche politiche agricole.

La forza aggregante di questa realtà produttiva ha progressivamente attirato un numero crescente di aziende le cui produzioni oggi superano il 90% dell'intera produzione regionale di latte vaccino, ovvero quasi un intero comparto produttivo ed economico.

La produzione si concentra sulla realizzazione di latte alimentare di alta qualità, produzioni di formaggi, mozzarelle e degli altri derivati, in ampia gamma per il mercato nazionale e recentemente estero.

Le condizioni strutturali, tecnologiche, logistiche ed igienico sanitarie con le quali opera fanno sì che il suo stabilimento, che sorge su un terreno di 61.000 mq dei quali 24.000 mq coperti, sia annoverato tra i più moderni in Italia.

Esistono comunque altre importanti realtà produttive, come la Società Cooperativa LACESA di Bortigali, che produce anche formaggi vaccini dal latte di allevamenti del Marghine, il Caseificio Podda di Sestu, del Gruppo Granarolo, che oltre a realizzare latte fresco di alta qualità e UHT, utilizza latte vaccino di allevamenti sardi per la produzione di un formaggio dolce (100% vaccino) e di uno semistagionato misto, la Società Cooperativa Pastori Perfughesi e la Latteria Sociale Sa Costera soc. coop. di Anela.

Completano la produzione regionale altri caseifici minori e/o artigianali.

Le recenti dinamiche del mercato lattiero caseario a livello globale sono state caratterizzate da profondi cambiamenti che, complessivamente, hanno determinato una sensibile riduzione dei margini alla produzione del latte alla stalla e questo in ragione:

- di una maggiore competizione sui mercati lattiero caseari in ambito nazionale con particolare riferimento all'incremento delle importazioni in Italia di prodotti lattiero caseari da Paesi esteri ed in particolare da Francia, Germania e Austria;
- di una contrazione dei consumi nazionali e da una riduzione dei margini in tutta la filiera a causa dei costi di energia e dei trasporti in particolare;
- di un incremento dei costi di produzione in genere di tutta la filiera ma principalmente della produzione del latte alla stalla, per l'estrema volatilità dei prezzi degli alimentizootecnici;
- della volatilità che caratterizza il mercato del latte, con variazioni molto significative da una campagna all'altra.

Nel corso delle ultime campagne lattiere si è assistito a livello globale ad una volatilità estrema dei prezzi del latte e dei principali prodotti lattiero caseari, con riduzioni significative dei prezzi nel 2006/2007, 2009/2010, 2012/2013 e 2015/2016.

La fine del regime quote latte nell'Unione Europea, il blocco delle importazioni da parte della Russia ed un rallentamento della domanda internazionale di prodotti lattiero caseari ha generato nel 2015/2016 una significativa eccedenza di prodotti sui mercati e un crollo dei prezzi del latte in tutto il mondo, in particolare a livello UE, di cui hanno sofferto anche i produttori della Sardegna.

Nel 2016 le consegne di latte nell'Ue sono aumentate del +0,4%. Gli incrementi maggiori si sono verificati nelle aree del nord Europa a maggior vocazione lattiera.

Passando dall'UE a livello Globale, si evidenzia un aumento produttivo anche negli Usa (+1,84%) mentre è calata la produzione in Nuova Zelanda (-1,3%).

Nel 2017 si sono registrate nella Unione Europea produzioni lattiere in calo significativo, anche per effetto dei provvedimenti del cosiddetto Pacchetto Latte e conseguente ripresa del prezzo del latte, che in UE mediamente ha superato di poco i 33 cent/kg.

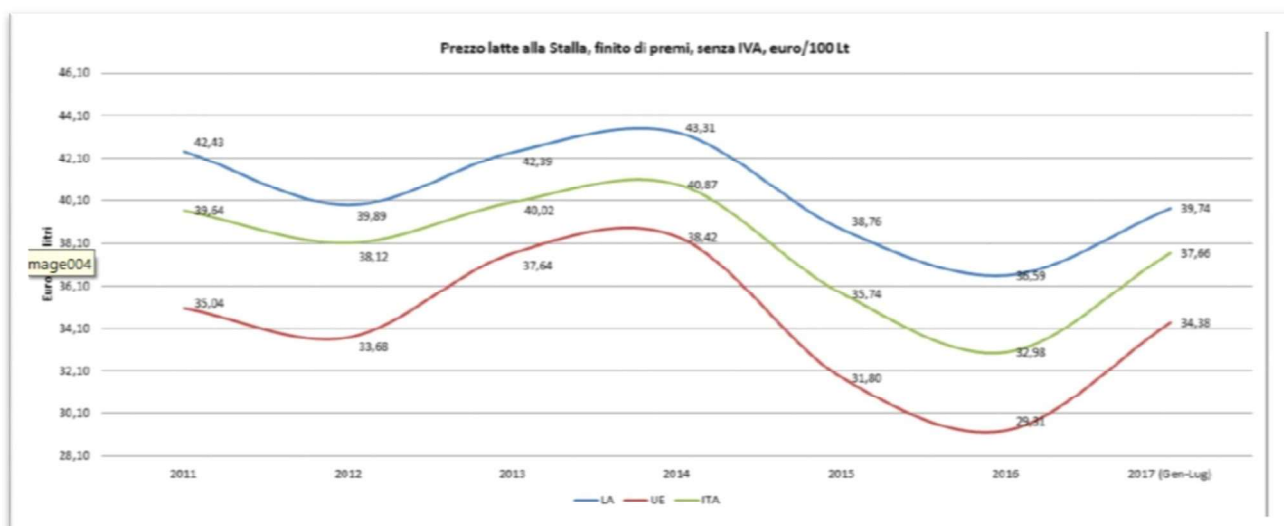


Figura 9 – Andamento del prezzo della materia prima alla stalla nel confronto UE, ITALIA (ITA) e LATTE ARBOREA (LA) (Fonte ed elaborazione: Cooperativa Assegnatari Arborea).

La estrema volatilità dei mercati lattiero caseari e delle materie prime utilizzate per la produzione del latte (mais e soia) è comune a livello Europeo e Globale, e impone una riorganizzazione del modello produttivo

bovino da latte.

Tale spinta alla riorganizzazione ed alla ricerca di una maggiore efficienza produttiva e gestionale è forse più necessaria e importante nel contesto produttivo regionale e in quello di Arborea in particolare, caratterizzato da basse superfici fondiarie.

Possiamo affermare che la zootecnia da latte bovino in Sardegna rappresenta l'ultima realtà regionale ancora rilevante e vitale in tutto il centro sud Italia, nel quale invece il settore ha avuto in questi anni un sensibile arretramento e contrazione economica.

In Sardegna gli allevatori di latte bovino sono interessati non solo dalla volatilità dei mercati, ma anche dalla crisi economica ed occupazionale che aggrava ancora di più la dinamica dei consumi interni, anche dei prodotti lattiero caseari.

Elementi di innovazione per la produzione del latte bovino alla stalla.

La produzione bovina da latte in Sardegna, pur avendo raggiunto uno standard elevato dal punto di vista produttivo e qualitativo, deve ulteriormente migliorare la propria sostenibilità declinata su quattro direttrici:

1) Ambientale 2) Benessere animale 3) Economica e finanziaria 4) Qualità e sicurezza alimentare.

Per questa ragione è necessario, affinché il sistema non perda di competitività e continui ad avere prospettive di sviluppo durevole, che si perseguano ulteriori margini di miglioramento, utilizzando le conoscenze sviluppate dalla ricerca e applicando processi produttivi innovativi, nonché attuare tutte le riforme strutturali e infrastrutturali necessarie per poter migliorare complessivamente le condizioni di competitività.

Occorre comunque premettere ed evidenziare che il modello produttivo bovino in Sardegna, pur avendo garantito finora condizioni di crescita produttiva significativa, mostra i suoi limiti in riferimento ad una moderna ed innovativa conduzione dell'allevamento bovino.

Bisognerebbe tendere a modelli gestionali innovativi, in termini di automazione della gestione della mandria: completa implementazione dei sistemi di rilevazione dei calori, dei sistemi di misurazione delle attività ruminanti e dei sistemi di misurazione della quantità e qualità del latte prodotto da ogni singola bovina al momento della mungitura. Queste tecnologie, unitamente a sistemi automatizzati in mungitura e nella distribuzione degli alimenti in stalla, possono contribuire ad una riduzione delle attività manuali ed una maggiore specializzazione dell'imprenditore zootecnico. L'innovazione può essere implementata se vi è anche una significativa crescita della capacità manageriale in azienda di allevamento su tutti i livelli. Una radicale innovazione nella conduzione e gestione dell'azienda bovina da latte permetterebbe un mantenimento e crescita degli attuali livelli produttivi, ma anche un riavvicinamento alla professione dell'imprenditore zootecnico da parte delle giovani generazioni, che potrebbero invece trovare difficoltà nell'accettare gli attuali tempi e modalità produttive.

Il cambiamento potrà gradualmente concretizzarsi attraverso la formazione e l'acquisizione di competenze, in particolare dei giovani allevatori di bovini da latte della Sardegna, che preveda anche il trasferimento delle attività di ricerca e gli scambi aziendali che gli permettano di svolgere esperienze lavorative in Aziende della U.E..

Parallelamente, occorrerebbe intensificare e migliorare i servizi di consulenza e assistenza tecnica che dovrebbero essere indirizzati alla implementazione dei principi dell'agricoltura di precisione finalizzata alla riduzione degli input necessari per le produzioni, attraverso l'adozione di tecnologie che riducano i margini di incertezza sulle caratteristiche e sulle quantità di fattori di produzione utilizzati, favorendo il

monitoraggio continuo delle performance animali e delle colture.

Inoltre l'analisi puntuale dei costi di produzione nella produzione primaria agricola e nelle aziende di allevamento rappresenta uno strumento di gestione imprescindibile per l'attuale gestione aziendale e per eventuali scelte di incremento della produzione lattiera.

Strategia di miglioramento dell'alimentazione animale per l'allevamento bovino in Sardegna.

Come dettagliato nell'analisi generale, uno degli elementi di criticità dell'allevamento bovino da latte in Sardegna è rappresentato dalla sua esposizione alla volatilità delle materie prime utilizzate per l'alimentazione animale, mais e soia in particolare.

Occorrerebbe pertanto valorizzare gli alimenti autoprodotti sulla SAU aziendale in relazione al crescente andamento dei prezzi delle materie prime, attraverso l'ottimizzazione dell'efficienza dei sistemi produttivi e di conservazione degli alimenti zootecnici, con particolare attenzione alla produzione di foraggi di alta qualità.

Bisognerebbe inoltre centralizzare le attività di formulazione alimentare per gli allevamenti bovini da latte per conseguire i seguenti obiettivi:

a) Consentire l'acquisto di alimenti zootecnici (materie prime, prodotti finiti, nuclei, etc.) ai prezzi più bassi possibili ed ottimizzarne l'uso, assistendo gli allevatori nella formulazione delle razioni e quindi nella scelta degli alimenti.

b) Controllare e garantire la qualità degli alimenti zootecnici acquistati, sia per ottimizzare le rese produttive degli animali che per consentire la vendita di prodotti lattiero-caseari con certificazioni volontarie associabili a produzioni di alta qualità (per gli aspetti nutrizionali, nutraceutici, sanitari, ambientali e di origine).

A tal fine è quindi auspicabile che almeno una parte degli alimenti zootecnici acquistati sul mercato dagli allevatori sia ottenuto da approvvigionamento locale, con contratti di coltivazione o altri accordi da stipulare con aziende agricole della Sardegna. Si possono valutare la coltivazione in loco di mais e soia ma, soprattutto, la coltivazione di altre specie sostitutive (triticale, lupino, favino e altre foraggere) adatte per i cicli colturali autunno-primaverili di aree prive di irrigazione.

Una tale politica potrebbe consentire:

a) la riduzione del costo di talune materie prime e dei rischi derivanti dalla totale dipendenza dai mercati esteri per l'approvvigionamento di alimenti zootecnici.

b) la produzione di prodotti lattiero-caseari che possano essere identificati come OGM-free e derivati da filiera corta;

c) il controllo di tutta la filiera produttiva degli alimenti e quindi la riduzione del rischio di importare alimenti di origine non certa, che potrebbero avere contaminanti naturali o ambientali, quali micotossine, pesticidi, diossine ed altri;

d) lo sfruttamento delle vaste aree della Sardegna, sottoutilizzate dal punto di vista agricolo. Si potrebbero utilizzare aree prive di irrigazione per la produzione di foraggi e granelle con colture autunno-primaverili o le vaste aree irrigue sinora non utilizzate (la Sardegna ha circa 140.000 ha irrigabili, di cui solo il 25% è utilizzato);

e) la condivisione dei benefici economici derivanti dalla produzione di latte vaccino con aziende agricole locali, evitando che tale ricchezza vada invece completamente fuori dalla Sardegna.

Il miglioramento della catena di approvvigionamento alimentare sarebbe notevolmente facilitato dalla realizzazione di un Centro di alimentazione al servizio delle aziende bovine da latte della Sardegna, da un'assistenza alle aziende agricole acquirenti e venditrici nella stipula di forme contrattuali che garantiscano entrambe le parti e dalla definizione di contratti di assicurazione e di fondi di garanzia agevolati, per lo meno

nei primi anni dell'attivazione delle filiere produttive.

Si potrebbero inoltre attivare meccanismi di premialità, anche non monetari, come le denominazioni di origine o di filiera controllata e le agevolazioni e protezioni legislative per le filiere produttive locali integrate e certificate.

L'assistenza tecnica verso le aziende zootecniche coinvolte favorirebbe l'uso da parte dei fornitori di appropriate tecniche colturali certificate e garantirebbe un'appropriata utilizzazione, da parte degli allevatori, di alimenti alternativi al mais ad alla farina di estrazione di soia.

Appare implicito, dunque, che un sistema organizzato di produttori necessita comunque di strumenti nuovi per una ulteriore promozione della Cooperazione. In particolare andrebbero promosse forme organizzative quali le reti di impresa e i poli produttivi, così come le forme di aggregazione ed integrazione tra cooperative. Si ritiene che il settore bovino da latte (ma anche da carne) operante in Sardegna possa proseguire il percorso di sviluppo che lo ha caratterizzato fino ad ora, anche se negli ultimi anni la competitività abbia sensibilmente penalizzato le marginalità nella produzione primaria alla stalla, in maniera analoga ai diversi contesti produttivi mondiali di tipo intensivo.

Si può comunque affermare che la globalizzazione dei mercati porti più opportunità che minacce per il settore regionale, se si riuscirà ad attenuare i nodi strutturali attraverso adeguati interventi programmatici.

Comparto caseario

Il comparto caseario isolano comprende 280 aziende nell'elenco ufficiale della Sezione IX - Latte crudo e prodotti lattiero-caseari - degli stabilimenti registrati ai sensi del Reg. (CE) 853/2004 - del Ministero della Salute, Dipartimento per la sanità pubblica veterinaria la nutrizione e la sicurezza degli alimenti, Direzione generale della sicurezza degli alimenti e della nutrizione.

Il Servizio sviluppo delle filiere animali dell'Agenzia Laore Sardegna ha inteso procedere nel 2016 alla georeferenziazione degli stabilimenti di trasformazione del latte ubicati in Sardegna al fine della realizzazione e pubblicazione sul sito www.sardegnaagricoltura.it di un database cartografico aggiornabile nel quale per gli stabilimenti citati verrà riportata la denominazione aziendale, l'indirizzo ed i recapiti, la capacità produttiva, i tipi di latte trasformati, le tipologie dei prodotti e la localizzazione geografica.

Ad oggi tale attività ha consentito la seguente disamina basata su 210 schede di rilevamento di aziende operative a cui si aggiungono circa 40 schede ricevute da aziende che hanno dichiarato di avere momentaneamente sospeso la trasformazione del latte.

La distribuzione per Provincia ha visto prevalere Nuoro (63 aziende; 30%) segue Sassari (54 aziende; 26%), quindi Oristano (30 aziende; 14%), Cagliari (19 aziende; 9%), Ogliastra (12 aziende; 6%), Olbia-Tempio e Villacidro-Sanluri (11 aziende; 5%); Carbonia-Iglesias (10 aziende; 5%).

La trasformazione del latte da parte delle aziende campionate (210) ha confermato, oltre alla presenza presso molti stabilimenti della trasformazione di latte di diverse specie animali, la netta prevalenza dell'ovino (148 aziende; 70,5% del totale delle aziende campionate), seguito dal latte caprino (57 aziende; 27,1% del totale delle aziende campionate) e dal latte vaccino (51 aziende; 24,3% del totale delle aziende campionate).

Le aziende che trasformano annualmente quantità di latte inferiori a 500 mila litri, e che quindi possiamo assimilare a mini-caseifici o caseifici aziendali, rappresentano il 70% degli stabilimenti (131 aziende) e trasformano una quantità di latte, delle diverse specie, stimata in 20 milioni di litri all'anno che rappresenta

circa il 4% del totale del latte raccolto presso le aziende agricole (Figura 11). Mentre le aziende che trasformano quantità di latte delle diverse specie comprese tra 500 mila litri e 3 milioni di litri rappresentano il 15% del totale (28 aziende), mentre tra 3 milioni di litri e 20 milioni di litri sono il 14% (25 aziende).

Figura 11 - Classi d'ampiezza degli stabilimenti di trasformazione del latte presenti in Sardegna

Tra le tipologie di prodotto dichiarate dalle aziende notevole diffusione hanno avuto le ricotte (168 aziende); confortante sotto il versante della diversificazione e del mercato è stato il riscontro sui formaggi freschi (136 aziende), a breve stagionatura (131 aziende), erborinati/muffettati (23 aziende), yogurt caprino (14 aziende), yogurt ovino (6 aziende). Una conferma sono stati i dati sulla diffusione delle produzioni a DOP: Pecorino Romano, Pecorino Sardo e Fiore Sardo.

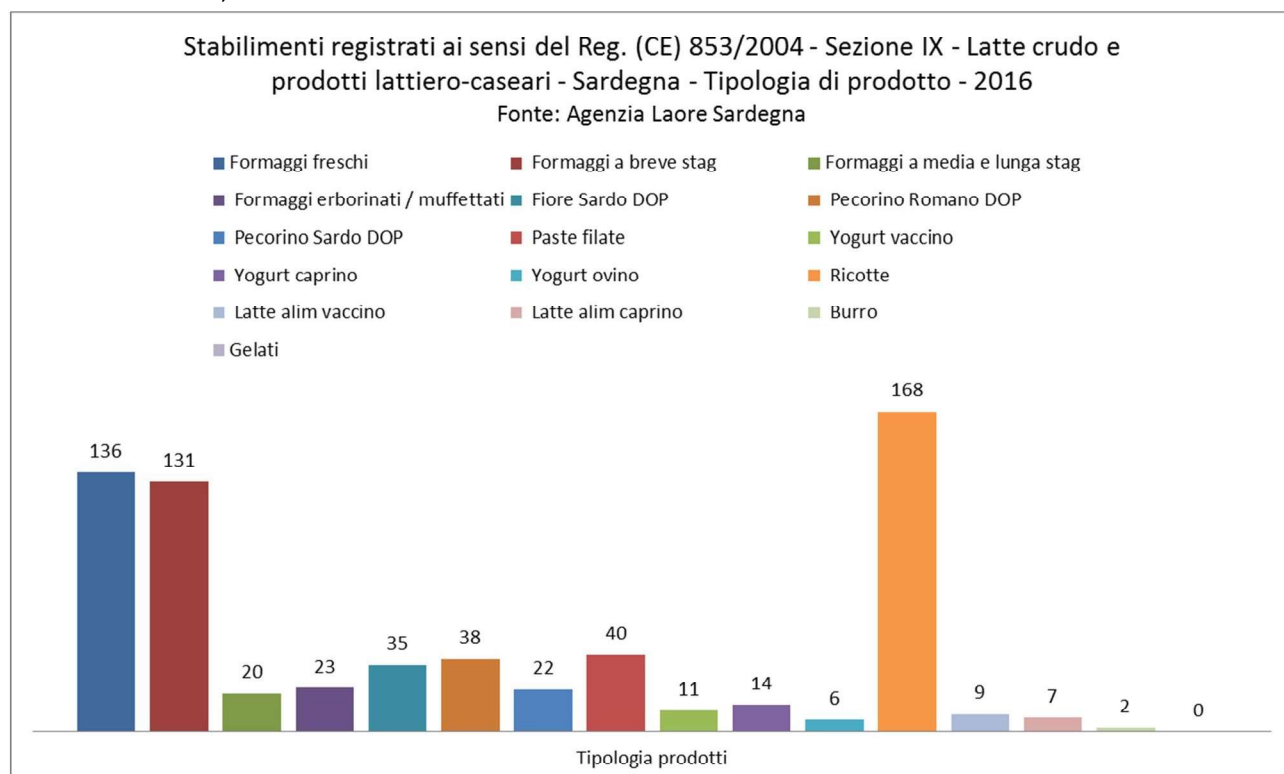


Figura 12 - Tipologia di prodotto presso gli stabilimenti di trasformazione del latte presenti in Sardegna

Quadro economico

Il 44% della PLV agricola sarda deriva dalla zootecnia e in particolare più del 25% da sistemi di allevamento per la produzione di latte ovino e di carne bovina (20%). L'incidenza del settore ovi-caprino nell'agricoltura nazionale è pari a 1,4% (latte più carne) (Ismea, 2013).

Le risorse totali del settore agricolo in Sardegna ammontano a 1.769 milioni €, attribuibili per l'89,8% alla produzione interna. La quota di importazione specie interregionale è bassa, legata alla bassa specializzazione delle attività industriali della filiera agroalimentare (minore peso della Sardegna nel settore industriale che in quello agricolo). Le produzioni agricole vengono principalmente esportate in Italia (44,3%) o consumate internamente alla regione (31,1%). L'export interregionale (Figura 13) è rivolto principalmente alla Toscana (26,9%), Liguria (24,2%), Lazio (19,8%), Emilia Romagna (7,5%) e Campania (7,1%). Il rimpiego verso altri settori isolani è minimo e si attesta al 19,3% di cui il 12,1% verso le industrie alimentari (Capasso,

Gruppo Intesa Sanpaolo, 2017). Questo evidenzia la scarsa connessione tra le diverse aree produttive, 100 occupati della filiera agricola attivano 7 occupati negli altri settori della Sardegna e 9 nelle altre regioni. L'effetto moltiplicatore degli investimenti in Sardegna è decisamente più basso della media nazionale: un investimento di 100 € genera, infatti, 43 € di cui 20 € rappresentano la ricchezza endogena legata ad altri settori della regione e 23 € rappresentano la ricchezza esogena che si genera nelle altre regioni italiane, rispetto ai 124 € prodotti a livello nazionale (27 € ricchezza endogena e 97 € ricchezza esogena).

Per quanto riguarda l'industria alimentare, le risorse totali ammontano a 3.100 milioni €, provenienti per il 56% dalle importazioni interregionali (media italiana: 36.4%). Minore è, quindi, la produzione sul territorio (40.5%) e le importazioni dall'estero (3,6%) rispetto a quanto avviene a livello nazionale (52,2% e 11,4%, rispettivamente). L'importazione interregionale ammonta a 1.740,9 milioni € e avviene principalmente da Toscana (40,2%), Liguria (18,5%), Emilia Romagna (12,4%), Lazio (10%) e Campania (6,7%). L'industria alimentare genera un indotto maggiore di quella agricola. Per quanto riguarda l'occupazione, 100 occupati nella filiera alimentare sarda attivano altri 182 occupati in altri settori nella stessa regione e 410 occupati nelle altre regioni. L'effetto moltiplicatore è maggiore per la filiera sarda rispetto alla media nazionale: 100 € investiti in Sardegna ne generano 145 € di ricchezza endogena e 512€ di ricchezza esogena in altre regioni d'Italia. Nella media Italiana 100 € producono 161 € di ricchezza endogena e 320 € di ricchezza esogena.

Questi dati evidenziano come alla produzione agricola sarda venga riconosciuto un elevato valore intrinseco che però non viene valorizzato dall'industria alimentare e non si traduce, quindi, in ricchezza per la nostra regione. Il Valore aggiunto del settore primario (agricoltura e pesca) è di 1.286 mln di euro (4,4% del valore aggiunto nazionale, 4,8% degli occupati), mentre quello relativo all'industria alimentare è pari a 440 mln (1,7% del Valore aggiunto nazionale e 2,34% per le unità di lavoro) (Monceri, 2017), la produttività del settore primario (VA/occupati) è di 29.227 €, inferiore al dato nazionale di 31.850 €, quello dell'industria alimentare ad esso collegata è di 42.347 €, anch'esso inferiore a quello nazionale (57.448 €).

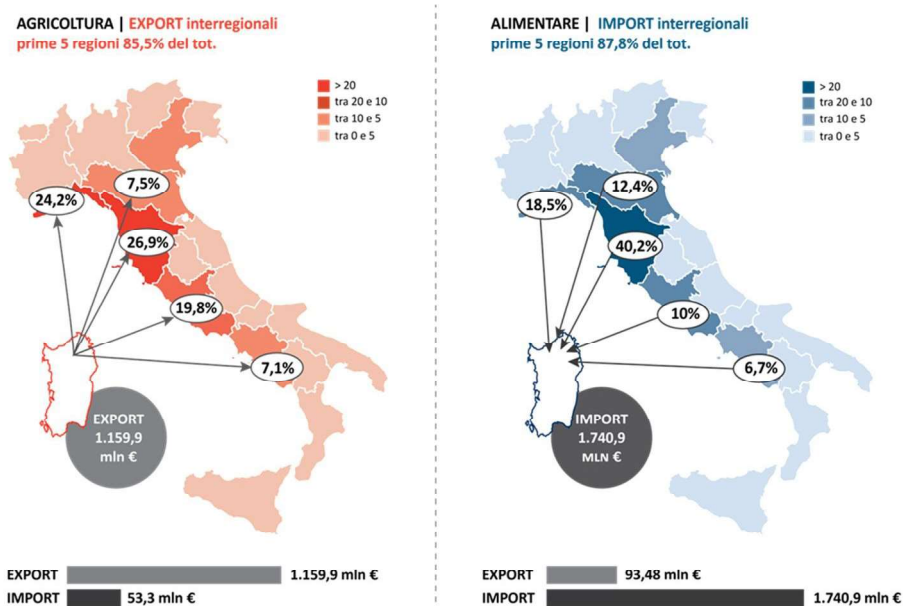


Figura 13 - Interdipendenze regionali della Sardegna del settore agricolo e del comparto alimentare (Capasso, 2017 - La filiera Agroalimentare: tra la forza delle tradizioni ed il valore dell'innovazione. SRM Gruppo Intesa Sanpaolo, S. M. La Palma, 26/04/17)

Analisi della filiera e principali elementi caratterizzanti la filiera

I principali elementi su cui si caratterizza il progetto di filiera sono: l'allevamento del suino allo stato semi brado; la scelta di razze ed incroci ben definiti; la valorizzazione del maiale di razza Sarda come punta di diamante nella caratterizzazione della produzione di pregio.

Infatti, come verrà più diffusamente esposto, si sono individuati diversi posizionamenti di mercato in virtù delle differenti tipologie di prodotto: uno fatto di piccolissime quantità di pregio destinato ad appassionati e di fascia di prezzo molto alta, basato esclusivamente sul maiale di razza sarda; il secondo di quantità superiori al primo, ma su fasce di prezzo più contenute, verrà ottenuto da maiali sardi migliorati mediante incroci che ne elevino le performance di accrescimento e di formatura della carcassa, mantenendo però un elevato standard qualitativo alto che ne permetta un'adeguata differenziazione sul mercato; La terza fascia, quella che si vorrebbe trainare per effetto della notorietà delle altre e che si vuole spingere con l'evoluzione del mercato e del sistema dell'allevamento, in seguito alle ricadute delle attività della filiera è quella dei suini derivati da incroci di razze performanti ed adatte all'industria dei salumi per una fascia di prezzo più accessibile e con quantitativi più alti da incidere sul mercato in maniera determinante.

Tutti i prodotti individuati, hanno come comune denominatore il sistema di allevamento allo stato semi-brado ed alimentazione secondo precisi disciplinari da perfezionare con attività di assistenza tecnica e con l'ausilio delle Istituzioni Universitarie. Lo spirito innovatore è evidente. Ci si basa sul recupero della memoria e delle tradizioni, sulla ricerca e lo studio, sulla razionalizzazione e sulla promozione. In definitiva selezionare tutto ciò che nelle pratiche tradizionali possa contenere valore, correggere e adeguare ciò che non sia utile o virtuoso alla luce delle conoscenze odierne, catalogare e codificare protocolli e disciplinari, così da ottenere una gamma di prodotti unici, riconoscibili e di altissima qualità. Il nucleo principale dei componenti la filiera formato da una serie di allevatori, per la maggior parte proveniente da famiglie di tradizione nell'allevamento suinicolo, si è via via allargato e avrebbe potuto essere anche più ampio se fosse disponibile maggior spazio finanziario. Questi operatori hanno vinto le iniziali resistenze e deciso di iniziare ad allevare seguendo le linee guida per la prevenzione e la lotta alla PSA.

LO SCENARIO.

La suinicoltura sarda soffre delle debolezze causate dai decenni di presenza della Peste Suina Africana che ne ha decretato il progressivo impoverimento e la possibile estinzione del comparto. I dati statistici ci raccontano di uno scenario sardo caratterizzato da importazioni di carni suine fresche e trasformate tra il 70 e l'80% del fabbisogno totale.

Il persistere della PSA ha trasformato il comparto in maniera determinante con da una parte uno scarso numero allevamenti intensivi, di cui pochissimi di grandi dimensioni, e di una miriade di piccole dimensioni, molti dei quali a margine di allevamenti ovicaprini e per lo più per consumo familiare o diretto,

spesso al di fuori di veri e propri canali di commercializzazione.

I dati statistici del 2015 parlano di un numero pari al 57% del totale degli allevamenti sardi, con una consistenza da 1 a 5 capi e un altro 20% sul totale da 6 a 10 capi. Tali dati, insieme ad altri, testimoniano l'assenza di un vero e proprio comparto suinicolo organizzato e finalizzato al mercato alle filiere produttive. Infatti, i più grandi allevamenti intensivi sardi sono orientati alla produzione di maiale leggero da macelleria e non sono presenti allevamenti specializzati in suino pesante da trasformazione, nonostante la produzione di salumi sia uno dei comparti importanti dell'agroalimentare sardo.

Il comparto della trasformazione oggi è costretto ad approvvigionarsi quasi totalmente tramite importazioni, con l'aggravio di pesanti costi di trasporto, arrivando perfino al paradosso di produzioni gravate da un costo doppio – uno per l'importazione della materia prima e l'altro per la spedizione del prodotto finito – in caso di aziende esportatrici. Altro ostacolo è rappresentato dalla dipendenza esterna per l'importazione delle granaglie per l'approvvigionamento mangimistico che lo pone in concorrenza con l'enorme fabbisogno del comparto ovino. In tale scenario tutta la filiera suinicola sarda risulta spezzettata e inconsistente, da cui rimane fuori l'importante settore della trasformazione, dipendente totalmente dalle importazioni e fortemente influenzato anche dalle stringenti norme sulla PSA.

Il limite imposto sul divieto di lavorazione di carni sarde per gli stabilimenti autorizzati all'esportazione ne è l'emblema. Si intuiscono però le grandi possibilità di crescita dei prodotti trasformati in Sardegna che oggi occupano solamente poco più del 20% dell'intero mercato sardo. La rilevanza della richiesta del maiale da latte tende ad orientare le produzioni verso tale mercato, anche se gran parte di queste finiscono per arrivare al consumo al di fuori dei canali commerciali ufficiali e quindi privi di tracciabilità. È infatti verosimile che negli agriturismi e nella ristorazione arrivino suinetti da latte direttamente dagli allevamenti, con molta probabilità al di fuori dei controlli veterinari. Ciò viene confermato anche dalle rilevazioni statistiche dei registri aziendali, dalle quali risultano produttività e tassi di riproduzione molto bassi, antieconomici se fossero veritieri. Per cui, verosimilmente, si deduce la non puntuale gestione dei registri con effetti negativi influenzano le politiche di lotta alle malattie. La scarsa organizzazione produttiva, anche nel caso del maiale da latte, comporta difficoltà di programmazione quantitativa legata alla stagionalità della richiesta.

Non ultimo in ordine di importanza il problema conseguente al persistere dell'allevamento allo stato brado irregolare in alcune aree dell'Isola. Nonostante le attività regionali finalizzate alla repressione delle pratiche di allevamento irregolare abbiano contribuito al suo drastico ridimensionamento, esso persiste ancora in alcune zone, specialmente quelle difficilmente accessibili e lontane dalle grandi vie di comunicazione. Queste abitudini si sono radicate per via di decenni di irregolarità, ostacolando la modernizzazione e favorito il progressivo abbandono delle campagne, un altro fenomeno che si allarga a macchia d'olio. Se da una parte abbiamo uno scenario fortemente degradato, dall'altra, possiamo intuire la cospicuità della fetta di mercato che potrebbe essere coperta dalle produzioni sarde, anche in virtù del notevole appeal delle produzioni locali rispetto a quelle d'importazione. È rilevante inoltre, la costante richiesta di salumi provenienti da materia prima sarda da parte dei consumatori e di conseguenza del

sistema distributivo che tenta di allargare l'offerta con prodotti differenzianti.

Anche il mercato del maialetto da latte sembra dare molte opportunità nella prospettiva di una definitiva sconfitta della PSA. Nell'immaginario collettivo, fortemente influenzato dalla percezione turistica, il maialetto detiene l'immagine di re della cucina sarda per eccellenza, anche superiore all'agnello da latte nonostante quest'ultimo si fregi del riconoscimento IGP. Il successo delle recenti produzioni innovative di maialetto precotto e destinato all'esportazione ne rappresenta la dimostrazione evidente. Il comparto sardo dei salumi ed insaccati è caratterizzato dal gran numero di realtà produttive, circa una quarantina di operatori di cui una decina dal fatturato che supera il milione di euro ciascuno.

L'interessamento manifestato in varie occasioni dalla Distribuzione Organizzata ad entrare a fare parte dei consorzi e delle filiere dei salumi sardi dimostra la fiducia che anch'essa ripone nel valore di tali prodotti. D'altro canto, le ricadute negative della PSA si rilevano costantemente ad ogni passaggio della filiera. Si autoalimenta un circolo vizioso per cui la filiera disorganizzata e poco remunerativa incentiva pratiche negative che poi vanno a contribuire alle difficoltà della lotta alla malattia. Soprattutto su questo aspetto si basa il convincimento che la nascita di una filiera organizzata, di pregio, con buone prospettive di successo, vada a incidere direttamente e indirettamente su gran parte dei fattori che ostacolano la lotta e la sconfitta definitiva della malattia. Per questo occorre un progetto incisivo su tutti i vari aspetti della filiera e cerchi di individuare anche quelli che ad una analisi superficiale sembrano non essere correlati direttamente con il rafforzamento del comparto ed infine della sconfitta della malattia.

I COMPETITOR, FATTORI CRITICI DI SUCCESSO, STRATEGIE, POSIZIONAMENTO E PREZZI.

Come già accennato, i principali competitor sono i salumifici sardi. I maggiori di essi hanno come mercato di riferimento la distribuzione organizzata dove in meno di una decina occupano la fetta più grossa di fatturato, gli altri più piccoli hanno una diffusione locale e abbastanza contenuta. La competitività, spinta dal sistema distributivo dominante, si gioca principalmente sui fattori critici di prezzo ed organizzativi tra i maggiori produttori, quelli più efficacemente strutturati per raggiungere i mercati e offrire un servizio qualitativamente adeguato. In conseguenza di uno scenario competitivo focalizzato sul prezzo il rischio d'impresa diviene più acuto e a volte causa situazioni di crisi aziendali. Il fattore organizzativo è imprescindibile per poter competere sui mercati, mentre quello relativo al basso prezzo, pur con le sue difficoltà, può essere contrastato efficacemente con la differenziazione di prodotto, da qui la decisione di affrontare il mercato posizionando le produzioni della filiera su fasce alte di mercato e di prezzo.

Per poter operare tale politica commerciale sono stati individuati dei fattori differenzianti, su cui verranno elaborati i disciplinari produttivi: il sistema di allevamento semibrado; l'alimentazione in fase di finissaggio, al pascolo nel bosco; le razze, quella sarda in purezza e la sarda migliorata mediante incrocio. Ci si pone quindi, l'obiettivo di individuare e standardizzare le caratteristiche di differenziazione che elevano il valore aggiunto del prodotto, elaborare opportuni protocolli produttivi e strategici, incentrati sulle caratteristiche qualitative intrinseche dei prodotti, la storicità e la cultura di cui essi sono portatori.

Lo studio, con metodo scientifico, di antichi usi e conoscenze caratterizzanti le tecniche produttive

tradizionali è finalizzato alla loro riscoperta, al fine di sperimentarne l'applicabilità in chiave moderna, con l'aiuto delle moderne tecnologie ottenere protocolli di eccellenza produttiva lungo tutta la filiera, valorizzando l'antica razza sarda e le sue caratteristiche, la sperimentazione di ibridi suini selezionati per la trasformazione, in funzione le tecniche di allevamento e di alimentazione per cercare di ottenere il miglior risultato possibile dal punto di vista qualitativo.

LA STRATEGIA DI PROMOZIONE.

L'allevamento semi brado è la caratteristica costante di differenziazione, elemento qualificante non solo per la genuinità del prodotto ma anche per la sostenibilità ambientale; la rivalutazione del bosco e la sua corretta gestione; l'approvvigionamento mangimistico derivato anche da ghiande o castagne per la resa qualitativa; i ricoveri costruiti con legname e pietrame del luogo possono costituire un fattore attrattivo dal punto di vista paesaggistico e sfruttati efficacemente dal punto di vista comunicativo, fulcro centrale su cui dovrà ruotare l'attività di commercializzazione dei prodotti.

Tutti questi fattori diventano qualificanti, attrattivi e differenzianti, entreranno ad essere parte integrante dell'azione comunicativa costruita sull'appeal di tali caratteristiche per rifletterle efficacemente nell'immagine del prodotto finale.

L'attività comunicativa farà inoltre leva sull'utilizzo del marchio "Prodotto di Montagna" recentemente istituito con Decreto Ministeriale N. 57167 DEL 26/07/2017 disposizioni nazionali per l'attuazione del regolamento (UE) n. 1151 e del regolamento delegato (UE) n. 665/2014 sulle condizioni di utilizzo dell'indicazione facoltativa di qualità "prodotto di montagna", contribuendo valorizzare l'aspetto delle produzioni montane e a rafforzare ancora di più l'immagine del prodotto.

Una volta raggiunti i migliori risultati produttivi è necessario costruire un sistema di qualità certificato che dia la certezza del rispetto dei protocolli, dell'origine e tracciabilità della materia prima e dell'applicazione dei disciplinari produttivi. L'azione comunicativa finalizzata alla promozione della filiera, avrà lungo respiro, e utilizzerà vari canali dove tutto l'insieme dei fattori differenzianti avranno un loro preciso ruolo promozionale.

Il segmento di mercato legato al turismo, la ricettività e la ristorazione è candidata ad essere un importante veicolo di promozione poggiandosi sui fattori di tendenza e crescita di interesse al cibo naturale, associato alla cultura e tradizione. Sarà adottata una precisa strategia sulle dinamiche e le reazioni nelle diverse situazioni, dettagliando il piano di marketing non solo come un semplice piano di lancio tradizionale, ma con prospettiva e caratteristiche del marketing territoriale, pensato e costruito per abbracciare il contesto dei luoghi, la cultura, le attività, l'ambiente. Un passo successivo saranno i punti di degustazione, dove l'offerta sia costruita interamente sul prodotto d'eccellenza, in particolare il prosciutto, per offrirne la degustazione anche oltre l'impostazione classica della ristorazione, rendendo il prodotto il protagonista principale, visitando il percorso di produzione e le cantine di stagionatura.

Locali storici che rappresentino l'identità e la cultura, saranno parte di un percorso di storia e di tradizione che costituiranno – una sorta di "musei del prosciutto" – dove sarà sviluppato il "percorso di

racconto” che promuova il consumo in una riscoperta storica della tradizione. Ogni elemento potrà essere efficacemente utilizzato per poter creare interesse ed oltre a contribuire all’efficacia dell’insieme dei messaggi pubblicitari, aiuteranno a creare interesse particolare e trovare spazi nei mezzi di comunicazione specializzati in enogastronomia, viaggi e turismo o in pubblicazioni generaliste, saranno inoltre sfruttate le molteplici potenzialità del web.

La scarsità iniziale di produzione, anziché di ostacolo, potrà essere d’aiuto, trasmettendo la percezione di un prodotto raro, che va cercato, vissuto e preferibilmente consumato nel luogo di produzione e “in casa” degli affiliati la rete di filiera, vivendo ogni singolo dettaglio del contesto d’origine. In questo modo far sentire vivo il bisogno di poter conoscere il prodotto lì dove nasce. Quando in seguito lo stesso prodotto si potrà trovare nei migliori locali di Cagliari, Milano o Roma, manterremo alto il valore del consumo all’origine – il vero prosciutto lo trovi solo qui dove nasce – e l’idea che sia difficile acquistarlo per portarlo via, ma gustare la fetta scelta, lavorata, presentata nel luogo di origine.

Un’azione di marketing studiata ed elaborata in dettaglio finalizzata a sottolineare valore e dare visibilità ai fattori che costituiranno poi la forza della diffusione dei prodotti nei vari canali di vendita. Si racconterà la nascita, le fasi e i vari procedimenti, si potrà creare un bisogno, il desiderio di voler provare una delle eccellenze della tipicità sarda fino a decretarne il successo dal punto di vista commerciale. Un recupero di queste eccellenze storiche tradizionali universalmente riconosciute. Uno degli esempi virtuosi da tenere in considerazione è l’esperienza spagnola, la quale, sebbene la replicabilità in Sardegna dovrà essere attentamente valutata e adattata al nostro particolarissimo contesto, offre numerosissimi spunti di lavoro e di ispirazione.

È fondamentale riuscire a indurre una forte presenza comunicativa con continui ed efficaci richiami al prodotto, la sua storia e la sua cultura, così come succede in Spagna, dove il visitatore si trova immerso in molteplici riferimenti, ha continua percezione della tradizione del prosciutto e per questo viene incuriosito e alla fine spinto al consumo dal desiderio dell’esperienza. Il contesto sardo delle zone interne offre spunti molto interessanti da questo punto di vista, adatto alla creazione di “eccellenze trainanti” utili per lanciare una fortissima immagine ed allo sviluppo dell’intera filiera.

ACCORDO DI FILIERA E PROTOCOLLI PRODUTTIVI.

Si dovranno raggiungere accordi di filiera mediante i quali gli allevatori si impegnano a conferire almeno il sessanta per cento della propria produzione per la trasformazione ad un trasformatore di un paese limitrofo alla’rea del distretto.

Saranno elaborati dei protocolli produttivi che dovranno consentire una standardizzazione in tutte le fasi della filiera per ottenere un prodotto di altissima qualità a cui i componenti si impegnano a rispettare. È stata prevista la possibilità, nell’ambito delle regole della filiera, di effettuare la trasformazione in conto lavorazione per chi volesse dare la materia prima per riprendere il prodotto finito da commercializzare in proprio.

LA FILIERA VITIVINICOLA

Per comprendere lo sviluppo della filiera vitivinicola si riportano alcune tabelle più rappresentative dal rapporto realizzato dall'agenzia Laore sardegna nel 2021

LO SCENARIO REGIONALE

Tab. 1 – superficie vitata in sardegna

	1891	1922	1938	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2011	2020
Sardegna	68.684	26.000	33.976	42.235	54.835	63.897	73.462	57.618	44.201	26.291	27.180

Tab. 2 - Evoluzione decennale superficie vitata: dettaglio provinciale (ha)

	1984	1997	2006	2020
Cagliari	28.053	11.610	9.306	9.532
Sassari	11.538	9.215	6.755	8.077
Nuoro	14.748	11.225	6.829	6.556
Oristano	8.130	4.103	3.293	3.015
Sardegna	62.469	36.153	26.183	27.180

Dai dati si evince il forte calo di superficie coltivata tra il 1984 e il 1997 dovuto principalmente alle politiche comunitarie sulla incentivazione agli espianti. Si osserva come tale calo abbia maggiormente interessato la provincia di Cagliari con un dimezzamento del patrimonio viticolo.

A partire dall'anno 2000, come evidenziato dalla successiva tab. 5, è invece evidente la stabilità verificata sia seguito delle politiche comunitarie, nazionali e regionali stimolanti la riqualificazione del patrimonio viticolo regionale (Piani di ristrutturazione e riconversione viticola). Nel complesso, nel periodo considerato, si registra una riduzione della superficie vitata pari al 56%.

Tab. 3 - Evoluzione decennale superficie vitata idonea alla produzione di uve Dop e Igp (ha)

	1984		1996		2006		2020	
	Superficie	% su totale regione	Superficie	% su totale regione	Superficie	% su totale regione	Superficie	% su totale regione
SARDEGNA	9.175	14,7%	3.161	8,8%	7.504	23,5%	14.886	54,8%

Tab. 4 - Evoluzione decennale superficie vitata idonea alla produzione di uve Dop e Igp: dettaglio provinciale (ha)

	1984		1996		2006		2020	
	Superficie Dop e Igp	% sul totale provinciale	Superficie Dop e Igp	% sul totale provinciale	Superficie Dop e Igp	% sul totale provinciale	Superficie Dop e Igp	% sul totale provinciale
Cagliari	5.917	21,1%	1.301	9,8%	3.490	30,0%	5.712	59,9%
Nuoro	1.371	9,3%	452	3,9%	1.063	12,8%	4.650	70,9%
Sassari	603	5,2%	1.223	13,9%	2.344	28,8%	3.649	45,2%
Oristano	1.284	15,8%	185	7,1%	607	15,9%	875	29,0%
Sardegna	9.175	14,7%	3.161	8,8%	7.504	23,5%	14.886	54,8%

Risulta evidente il decremento delle superfici vitate nel periodo 1984–1996 che ha maggiormente interessato le provincie di Cagliari ed Oristano.

A tale periodo è seguita, a partire dalla fine del secolo scorso, una politica di incentivazione al reimpianto di superfici vitate destinate alla produzione di vini dop e igr nonché una maggiore attenzione alla produzione di vini a denominazione da parte delle aziende produttrici. Relativamente all'ultimo decennio, si osserva come la provincia di Nuoro sia quella nella quale si è riscontrato il maggior incremento di superficie vitata a dop e igr, sia in valore assoluto che in percentuale.

Tab. 4 - Ripartizione superficie vitata per provincia (ha)

Provincia/Città metropolitana	Superficie
Sud Sardegna	8.292
Sassari	8.083
Nuoro	5.493
Oristano	3.256
Città metropolitana di Cagliari	2.056
Sardegna	27.180

Tab. 5 - Ripartizione superficie vitata per classe di altitudine: anno 2020

Classe (mt s.l.m.)	Superficie (ha)
Pianura < 300	17.613
Collina 300 - 600	7.888
Montagna > 600	1.679
totale	27.180

Tab. 6 - Comuni con la maggior superficie vitata: anno 2020 (ha)

Comune	Prov.	Superficie
ALGHERO	SS	1.240
SERDIANA	SU	866
SORSO	SS	736
MONTI	SS	621
DORGALI	NU	564
OLIENA	NU	542
BERCHIDDA	SS	506
JERZU	NU	486
USSANA	SU	372
DONORI	SU	368
SASSARI	SS	354
SESTU	CA	338
TERTENIA	NU	329
SELARGIUS	CA	328
USINI	SS	315
MARACALAGONIS	CA	314
BADESI	SS	289
MAMOIADA	NU	277

OLBIA	SS	275
CALANGIANUS	SS	271
ALTRI		17.788
SARDEGNA		27.180

La concentrazione dei vigneti in alcuni comuni della Sardegna è chiaramente legata alla vocazione di quei territori per le produzioni vitivinicole di qualità ma anche alla presenza di importanti strutture private e cooperative sociali.

I territori dei comuni di Dorgali, Jerzu, Oliena, Tertenia, Mamoiada, Sorso hanno un'elevata concentrazione di superficie vitata iscritta come Doc "Cannonau di Sardegna", mentre quelli dei comuni di Monti, Berchidda, Calangianus e Badesi costituiscono buona parte della base produttiva della Docg "Vermentino di Gallura". I comuni di Alghero e Usini presentano la maggiore superficie iscritta come Vermentino di Sardegna, mentre Serdiana, Ussana, Sestu, Selargius, Donori e Maracalagonis sono i comuni maggiormente vitati del cagliaritano, caratterizzati dalla presenza di vitigni autoctoni quali Nuragus, Nasco, Monica e Moscato. Sant'Anna Arresi è il comune con più superficie vitata della Doc Carignano del Sulcis.

Tab. 7 - Superficie vitata per forma di allevamento: anno 2020 (ha)

Forma di allevamento	Superficie (ha)
SPALLIERA - GUYOT	12.337
ALBERELLO	10.540
SPALLIERA - CORDONE SPERONATO	3.374
PERGOLA - TENDONE	183
N.D.	746
SUPERFICIE TOTALE	27.180

Pur non essendo evidenziati i dati relativi ai periodi precedenti, negli ultimi anni si è registrato l'aumento delle superfici allevate a contro spalliera che consente una maggiore razionalità nella gestione della coltura nonché minori costi rispetto all'alberello. L'alberello rimane ancora oggi una delle forme di allevamento più diffuse, in particolare negli areali del centro Sardegna, legata spesso a produzioni limitate ma di elevata qualità.

Tab. 8 - Ripartizione superficie per varietà e provincia: anno 2020 (ha)

Vitigno	CA	NU	OR	SS	Totale
Cannonau	1.187	4.671	189	1.339	7.385
Vermentino	1.085	128	155	3.481	4.850
Monica	1.712	158	318	114	2.303
Carignano	1.865	8	23	81	1.978
Nuragus	1.531	3	321	2	1.857
Pascale	38	41	89	791	959
Bovale	103	123	492	47	765
Sangiovese	359	20	94	121	594
Cabernet Sauvignon	117	18	11	228	374
Cagnulari	11	4	6	337	359
Vernaccia di Oristano	26	32	286	2	346
Merlot	142	29	7	88	266

Syrah	172	18	8	40	237
Moscato bianco	89	11	10	106	216
Malvasia di Sardegna	77	0,11	121	18	215
Barbera sarda	126	11	22	1	161
Chardonnay	108	3	2	54	167
Nasco	143	7	4	5	159
Torbato				182	182
Montepulciano	109	5	6	12	132
Nebbiolo	1	5	21	101	128
Nieddera	1	0,18	110	0,84	113
Caricagiola				81	81
Sauvignon	54	2	0	17	74
Barbera	52	11	3	2	69
Nieddu Mannu	1	14	25	29	69
Malvasia bianca	31	0,3	21	6	59
Trebbiano giallo	22		13	5	40
Semidano	17	0	23	1	41
Cabernet Franc	12	2	1	25	41
Alicante	9	5	8	2	25
Bovale grande	5	8	3	4	21
Arvesiniadu			1	21	22
Moscato giallo	1	1	2	10	15
Pinot bianco	6		0,58	7	13
Retagliado bianco				11	11
Pinot nero	5	0,45	4	0,56	9
Caddiu		0,3	7		8
Malvasia di Candia	2		2	2	5
Varietà a bacca nera	262	153	499	635	1.548
Varietà a bacca bianca	71	20	46	99	236
N.D.					1.048
Totale					27.180

La tabella evidenzia in maniera chiara quali siano i due vitigni più importanti della viticoltura regionale sarda: il cannonau, coltivato su 7.385 ettari, di cui quasi 5.000 nella provincia storica di nuoro (nuoro - ogliastro), e il vermentino (4.850 ettari) coltivato prevalentemente nella provincia storica di sassari. I due vitigni costituiscono la base ampelografia delle tre principali denominazioni: il vermentino per la docg “vermentino di gallura” e la doc “vermentino di sardegna”; il cannonau per la doc “cannonau di sardegna”. Seguono come importanza gli altri vitigni, ognuno dei quali spesso legato ad una denominazione (carignano alla doc “carignano del sulcis”, nuragus alla doc “nuragus di cagliari” etc).

Il vitigno internazionale a bacca nera più diffuso è il cabernet sauvignon (374 ha), seguito dal merlot (266 ha). Una discreta quota della superficie vitata è coltivata con vitigni autoctoni quali cagnulari, semidano, vernaccia, nieddera, barbera sarda, etc. Che contribuiscono a variegare l’offerta produttiva.

Tab. 9 – Produzione vino per tipologia: anni 2009 – 2020 (hl)

	Vino Comune	Vino Varietale	Vino IGP	Vino DOP	Totale
2009	135.343	0	98.799	346.076	580.218
2010	96.610	0	80.648	333.687	510.945
2011	107.883	3.659	68.243	343.510	523.295
2012	96.120	102	72.570	340.938	509.729
2013	142.871	332	81.151	388.108	612.462
2014	82.934	55	66.877	346.271	496.137
2015	94.550	252	77.650	374.809	547.261
2016	145.892	204	77.405	373.694	597.195
2017	41.254	342	50.051	262.141	353.788
2018	53.228	362	62.828	317.910	434.328
2019	42.305	451	61.254	259.592	363.602
2020	45.901	513	69.128	359.458	475.000
Media	90.408	523	72.217	337.183	500.330

DETTAGLIO PRODUZIONE UVA E VINO: ANNO 2020

Tab. 10 – Dettaglio superficie e produzione uva: anno 2020 (ha e q.li)

Provincia	Uva per Vino comune		Uva per Vino Varietale		Uva per Vino IGP		Uva per Vino DOP		Totale			Totale Uva (q.li)
	Bianca	Nera	Bianca	Nera	Bianca	Nera	Bianca	Nera	Bianca	Nera	Superficie	
Sassari	4.931	10.995	0	0	2.936	16.274	191.024	48.263	198.892	75.533	4.191	274.425
Sud Sardegna	7.058	21.111	726	0	11.987	34.580	86.634	71.698	106.405	127.389	3.193	233.793
Nuoro	247	3.905	0	0	349	7.959	4.669	59.419	5.265	71.283	1.775	76.548
Città metropolitana di Cagliari	2.377	2.530	98	0	1.417	2.789	12.541	5.098	16.433	10.416	395	26.849
Oristano	963	2.565	0	0	5.448	4.990	6.736	4.363	13.147	11.919	548	25.066
Sardegna	15.576	41.106	824	0	22.137	66.592	301.605	188.842	340.142	296.539	10.103	636.681

Tab. 11 – Dettaglio produzione vino: anno 2020 (hl)

Nuova Provincia	Vino comune			Vino Varietale			Vino IGP			Vino DOP			TOTALE		
	Rosso	Bianco	Totale	Rosso	Bianco	Totale	Rosso	Bianco	Totale	Rosso	Bianco	Totale	Rosso	Bianco	Totale
Sassari	6.745	2.571	9.316	0	0	0	12.568	3.901	16.469	35.801	133.973	169.774	55.113	140.445	195.558
Sud Sardegna	17.502	10.503	28.005	0	513	513	21.971	10.063	32.034	49.610	61.668	111.279	89.083	82.747	171.830
Nuoro	2.104	155	2.259	0	0	0	5.513	287	5.799	39.910	3.799	43.709	47.526	4.241	51.767
Città metropolitana di Cagliari	2.497	733	3.230	0	0	0	3.542	1.784	5.326	6.533	13.371	19.904	12.572	15.889	28.460
Oristano	1.771	1.320	3.091	0	0	0	4.489	5.010	9.500	6.433	8.360	14.793	12.693	14.690	27.383
Sardegna	30.619	15.282	45.901	0	513	513	48.083	21.046	69.128	138.287	221.171	359.458	216.988	258.012	475.000

Tab. 12 – Dettaglio vini a denominazione di origine protetta (Dop): anno 2020

Denominazione	Superficie idonea	Superficie rivendicata	Uve rivendicate	Vino certificato	Vino imbottigliato
	ha	ha	q.li	hl	hl
VERMENTINO DI SARDEGNA	1.708	1.776	174.687	98.929	81.286
CANNONAU DI SARDEGNA	2.279	1.932	86.125	67.079	59.954
VERMENTINO DI GALLURA	1.444	1.317	80.515	31.645	28.010
CARIGNANO DEL SULCIS	692	517	27.169	17.517	16.548
ALGHERO	432	383	27.675	11.466	8.437
MONICA DI SARDEGNA	386	268	18.541	11.375	9.935
NURAGUS DI CAGLIARI	310	231	13.693	8.580	6.314
MOSCATO DI SARDEGNA	74	50	1.637	1.209	765
CAGLIARI	485	44	5.270	876	165
NASCO DI CAGLIARI	76	43	3.033	832	669
MANDROLISAI	72	26	691	514	706
CAMPIDANO DI TERRALBA	66	30	942	514	581
VERNACCIA DI ORISTANO	80	10	380	326	257
SARDEGNA SEMIDANO	21	13	679	195	205
MALVASIA DI BOSA	25	14	376	161	150
MOSCATO DI SORSO SENNORI	9	5	420	10	16
ARBOREA	11	0	0	0	0
GIRO' DI CAGLIARI	5	0	0	0	0
TOTALE	8.175	6.658	441.833	251.225	213.997

I dati confermano l'importanza delle due Doc Vermentino di Sardegna e Cannonau di Sardegna, la prima intermini quantitativi, la seconda in termini di superficie rivendicata.

Tab. 13 – Valore export "Bevande" dalla Sardegna verso i principali paesi: anni 2016-2020 (Euro)

PAESI	2016	2017	2018	2019	2020
Germania	5.783.668	5.453.839	5.660.101	5.905.558	5.192.294
Stati Uniti	5.147.195	5.129.069	5.102.889	5.228.721	4.463.908
Svizzera	3.924.138	4.013.377	3.859.783	3.879.670	3.250.467
Canada	1.382.269	1.663.339	1.695.170	1.787.770	1.508.665
Giappone	1.089.731	1.182.458	1.213.737	1.157.181	1.440.029
Regno Unito	1.403.773	1.423.056	1.402.043	1.279.946	814.451
Paesi Bassi	759.300	745.072	753.695	706.988	535.811
Francia	812.185	778.648	949.910	756.813	331.997
Australia	309.274	326.138	333.168	359.174	329.111
Belgio	1.221.050	1.143.104	844.210	784.876	306.439
Danimarca	297.169	226.240	270.959	270.230	305.771
Cina	463.657	492.972	688.784	1.038.684	253.380
Norvegia	n.d.	126.724	28.596	140.539	151.758
Austria	246.863	240.894	234.775	193.312	149.912
Svezia	313.744	250.458	140.620	201.052	142.010
Hong Kong	188.548	99.677	157.762	192.790	114.705
Spagna	82.987	95.978	148.027	190.912	88.888
Repubblica ceca	134.255	158.714	96.680	132.928	83.165
Altri	1.461.626	1.240.559	1.197.239	1.198.230	991.373
Mondo	25.021.432	24.790.316	24.778.148	25.405.374	20.454.134

Vendite vini sardi nella GDO Italia (Ipermercati, Supermercati, Liberi Servizi e Discount)

Tab. 14 – Volume vendite vini sardi nei principali canali della GDO (lt)

	2016	2017	2018	2019	2020
Ipermercati	4.409.068	4.408.252	4.161.451	4.165.066	3.652.028
Supermercati	5.366.659	5.686.018	5.200.342	5.303.725	5.122.065
Liberi Servizi	2.192.422	1.962.563	1.667.902	1.611.659	1.568.854
Discount	3.219.422	2.783.070	2.670.447	2.502.158	1.784.734
Totale Italia	15.187.570	14.839.902	13.700.142	13.582.608	12.127.680

Tab. 15 – Valore vendite vini sardi nei principali canali della GDO (Euro)

	2016	2017	2018	2019	2020
Ipermercati	22.006.350	22.639.028	22.353.775	23.211.721	21.394.468
Supermercati	30.338.671	33.032.126	32.674.601	34.627.366	36.152.630
Liberi Servizi	12.882.466	11.772.371	10.850.744	10.940.317	11.449.579
Discount	11.257.814	10.115.276	9.964.965	9.635.985	7.106.680
Totale Italia	76.485.301	77.558.801	75.844.085	78.415.388	76.103.357

Tab. 16 - Volume vendite principali vini a denominazione sardi nella GDO: anni 2016 – 2020 (lt)

	2016	2017	2018	2019	2020
Vermentino di Sardegna	5.475.035	5.285.710	4.700.982	4.700.983	4.700.984
Vermentino di Gallura	1.320.038	1.347.771	971.944	1.272.858	839.357
Cannonau di Sardegna	3.654.571	3.813.067	3.822.822	3.530.619	2.984.643
Carignano del Sulcis	653.350	693.964	548.591	559.455	489.443
Monica di Sardegna	995.074	834.615	801.531	730.271	675.365
Nuragus di Cagliari	620.031	473.807	492.144	359.271	330.564
Altri	2.469.473	2.390.968	2.362.129	2.428.906	2.106.990
Totale	15.187.570	14.839.902	13.700.142	13.582.362	12.127.345

FILIERA OLIVICOLA

a) SCENARIO MONDIALE

Tab. 1 - Storico superficie olivetata (.000 ha)

	1969	1979	1989	1999	2009	2019
Mondo	2.798	4.103	7.295	8.313	9.660	10.578

Tab. 2 - Storico produzione OLIVE (.000 t)

	1969	1979	1989	1999	2009	2019
Mondo	6.803	8.305	10.513	14.084	19.022	19.465

Tab. 3 - Produzione olio: anni 1990-2019 (.000 t)

	1990	1994	1998	2002	2006	2010	2014	2019
Mondo	1.453	1.845	2.402	2.495	2.767	3.075	2.458	3.144

Tab. 4 - Produzione olio nei principali paesi: anni 2010-2019 (.000 t)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Spagna	1.392	1.615	618	1.782	842	1.403	1.291	1.262	1.790	1.230
Italia	440	399	416	464	222	475	182	429	174	340
Tunisia	120	182	220	70	340	140	100	325	140	300
Grecia	301	295	358	132	300	320	195	346	185	300
Turchia	160	191	195	135	160	150	178	263	194	225
Marocco	130	120	100	130	120	130	110	140	200	145
Portogallo	63	76	59	92	61	109	69	135	100	125
Siria	180	198	175	180	105	110	110	100	100	120
Algeria	67	40	66	44	70	82	63	83	97	83
Egitto	4	9	17	20	17	17	30	40	7	28
Argentina	20	32	17	30	30	24	24	45	28	26
Giordania	27	20	22	19	23	30	20	21	21	26
Palestina	25	16	16	18	25	21	20	20	15	23
Altri	146	130	124	138	144	166	169	172	167	174
Mondo	3.075	3.321	2.401	3.252	2.458	3.176	2.561	3.379	3.217	3.144

b) SCENARIO EUROPEO

Tab. 5 - Storico superficie olivetata (.000 ha)

	1969	1979	1989	1999	2009	2019
Europa	1.336	1.317	4.301	4.555	4.866	5.096

Tab. 6 - Superficie olivetata per paese: anni 2010- 2020 (.000 ha)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Spagna	2.475	2.504	2.504	2.507	2.516	2.527	2.522	2.555	2.579	2.602	2.624
Italia	1.168	1.162	1.127	1.129	1.125	1.134	1.145	1.149	1.148	1.139	1.149
Grecia	836	914	934	939	940	974	965	953	963	903	903
Portogallo	343	346	347	352	352	351	356	359	361	360	360
Croazia	17	17	19	18	19	19	18	19	19	19	20
Francia	17	17	17	17	17	17	17	17	17	18	18
Cipro	12	11	10	11	11	10	11	10	11	11	11
Slovenia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Totale Ue	4.868	4.971	4.961	4.974	4.981	5.033	5.035	5.063	5.099	5.053	5.086
Albania	33	34	46	n.d	40	42	44	n.d	46	47	47
Turchia	784	798	814	826	826	837	846	846	864	879	887
Totale Europa	5.686	5.803	5.820	5.800	5.847	5.912	5.925	5.909	6.009	5.979	6.020

Tab. 7 - Produzione olio per paese: anni 2010-2020 (.000 t)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Spagna	1.392	1.615	618	1.782	842	1.403	1.287	1.260	1.599	1.230	1.450
Italia	440	399	416	464	222	475	182	429	265	340	270
Grecia	301	295	358	132	300	320	195	346	225	300	270
Portogallo	63	76	59	92	61	109	69	135	115	125	100
Cipro	7	7	6	4	6	6	6	6	6	6	6
Croazia				5	1	6	5	4	3	3	4
Francia	6	3	5	5	2	5	3	6	6	6	n.d.
Slovenia	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1
Totale Ue	2.209	2.395	1.462	2.483	1.434	2.324	1.748	2.186	2.219	2.010	2.101
Turchia	160	191	195	135	160	150	177	287	183	225	222
Albania	8	7	12	11	11	10	12	11	11	11	n.d.
Montenegro	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	n.d.
Totale extra Ue	169	199	208	146	172	161	189	299	195	237	222
Totale Europa	2.378	2.594	1.669	2.629	1.606	2.485	1.937	2.485	2.414	2.484	2.323

C) SCENARIO ITALIANO

Tab. 8 - Storico superficie olivetata: anni 1961- 2020 (.000 ha)

	1961	1970	1980	1990	2000	2010	2020
Italia	1.229	1.306	1.247	1.134	1.162	1.167	1.140

Tab. 9 - Superficie olivetata per regione: anni 2015- 2019 (ha)

	2015	2016	2017	2018	2019
Puglia	379.035	379.315	381.400	382.630	382.800
Calabria	182.986	183.220	183.471	183.417	183.657
Sicilia	157.270	158.515	158.560	153.601	154.431
Toscana	82.761	83.819	83.973	83.670	83.458
Lazio	80.254	79.441	79.871	79.681	78.231
Campania	74.695	74.735	74.763	75.334	73.066
Abruzzo	41.446	41.467	41.884	41.634	41.634
Sardegna	38.554	38.554	38.554	38.804	38.804

Basilicata	27.192	27.180	25.913	25.985	25.985
Umbria	27.027	27.027	25.421	25.301	25.301
Liguria	15.100	15.340	15.340	16.340	16.340
Molise	15.360	15.360	14.335	14.335	14.335
Marche	9.523	9.492	9.340	9.454	9.454
Veneto	4.942	4.960	4.979	5.113	5.113
Emilia-Romagna	3.166	3.304	3.438	3.534	3.598
Lombardia	2.313	2.307	2.336	2.345	2.325
Friuli-Venezia Giulia	410	410	421	437	437
Trentino-Alto Adige	382	385	385	387	387
Piemonte	114	121	137	110	112
Valle d'Aosta	-	-	-	-	-
Italia	1.142.530	1.144.952	1.144.521	1.142.112	1.139.468

Tab. 10 - Produzione olio: anni 2011-2020 (.000 t)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Italia	542	506	466	222	470	162	411	159	335	250

Tab. 11 - Produzione olio per regione: anni 2013 - 2020 (t)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Puglia	184.826	134.757	248.284	94.436	201.453	65.881	193.821	104.823
Calabria	103.205	25.241	57.952	9.697	60.402	12.657	47.683	30.033
Sicilia	49.281	22.620	51.545	11.880	49.240	16.396	30.946	29.525
Toscana	16.808	6.197	19.069	13.190	14.707	19.064	9.122	19.158
Lazio	19.395	5.655	21.320	9.838	17.464	8.007	9.732	15.808
Campania	38.026	5.101	19.120	3.752	19.206	6.334	14.172	11.484
Abruzzo	18.592	4.143	14.366	2.974	13.592	6.640	8.145	7.271
Umbria	5.730	1.074	5.665	3.831	4.212	5.833	3.493	6.795
Sardegna	4.520	7.442	6.758	2.957	8.221	2.693	4.638	5.805
Liguria	5.728	1.992	5.325	1.393	3.888	4.111	1.257	3.999
Basilicata	6.197	2.485	7.958	1.063	6.708	1.157	5.833	3.601
Marche	3.340	1.763	4.989	1.369	5.176	1.994	2.178	3.333
Veneto	547	957	1.709	1.877	1.023	3.242	312	2.858
Molise	5.720	1.463	3.793	1.424	3.385	2.144	2.582	2.559
Emilia Romagna	687	642	1166	869	1.207	1.164	727	1.427
Lombardia	772	221	651	656	575	1.323	110	1.131
Trentino Alto Adige	275	200	265	277	304	439	81	531
Friuli Venezia Giulia	33	50	128	118	105	139	51	108
Piemonte	18	4	5	5	7	18	20	21
Valle d'Aosta	-	-	-	-	-	-	-	-
Italia	463.700	222.007	470.068	161.606	410.875	159.236	334.903	250.270

Tab. 12 - Volume e valore import olio di oliva e sansa (.000 t)

Import	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Volume	625	599	481	666	583	572	531	550	615	644
Valore	1.209	1.155	1.224	1.510	1.859	1.792	1.953	1.641	1.434	1.358

Tab. 13 - Volume import per paese fornitore: anno 2020

	Volume (t)
Spagna	372.962
Grecia	155.404
Tunisia	73.914
Portogallo	37.451
Turchia	2.330
Marocco	903
Siria	275
Argentina	200
Cipro	199
Germania	187
Francia	125
Altri	348
Totale Mondo	644.297

Tab. 14 - Volume e Valore export olio di oliva e sansa (.000 t e mln Euro)

Export	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Volume	402	417	385	411	362	398	329	335	339	410
Valore	1.237	1.271	1.375	1.371	1.530	1.617	1.552	1.495	1.372	1.455

Tab. 15 - Volume export per paese: anno 2020

	Volume (t)
Stati Uniti	123.018
Germania	48.765
Francia	36.219
Spagna	21.575
Canada	20.685
Giappone	19.987
Regno Unito	18.041
Svizzera	9.299
Russia	8.295
Paesi Bassi	5.323
Corea del Sud	5.263
Polonia	4.966
Australia	4.748
Taiwan	4.725
Svezia	4.509
Brasile	4.438
Cina	4.417
Belgio	4.282
Altri	61.942
Mondo	410.497

D) SCENARIO IN SARDEGNA

Tab. 16 - Storico superficie olivetata (ha)

	1970	1982	1990	2000	2011	2019
Sardegna	31.979	35.759	40.885	40.274	34.493	38.804

Tab. 17 - Evoluzione decennale superficie olivetata: dettaglio provinciale (ha)

	1970	1982	1990	2000	2011	2015	2019
Sassari	10.351	10.957	10.353	9.474	8.680	10.500	10.400
Cagliari	8.874	8.127	9.087	11.414	9.610	8.690	8.690
Medio Campidano					1.053	5.000	4.900
Oristano		4.653	5.354	5.723	5.892	4.624	4.624
Nuoro	12.754	12.022	16.091	13.663	5.500	5.500	4.500
Ogliastra					1.040	3.800	3.400
Carbonia - Iglesias					1.738	1.940	1.940
Olbia-tempio					980	350	350
Sardegna	31.979	35.759	40.885	40.274	34.493	40.404	38.804

Tab. 18 - Superficie olivetata a DOP: anni 2015-2020 (ha)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	535	693	948	969	993	1.000

Tab. 19 - Superficie olivetata BIO: anni 2009-2019 (ha)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	2.980	2.980	4.255	3.800	3.815	3.624	3.785	3.778	3.752	3.543	3.615

Tab. 20 - Produzione olive: dettaglio provinciale (q.li)

Vecchie province	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Nuove province
Sassari	40.803	94.904	128.640	73.190	172.980	56.550	149.860	121.730	Sassari
Cagliari	27.659	74.332	83.500	26.820	148.240	132.350	72.410	186.620	Cagliari e Sud Sardegna
Carbonia Iglesias	3.343	8.276	27.949	2.240					
Medio Campidano	18.769	90.781	59.381	37.220					
Nuoro	12.532	33.120	54.215	10.490	119.130	16.270	52.440	46.360	Nuoro
Ogliastra	8.221	4.213	41.917	1.230					
Oristano	18.636	91.010	55.546	44.060	48.670	44.640	43.480	87.450	Oristano
Olbia Tempio	1.380	1.783	3.889	1.440	5.590				Olbia-tempio
Sardegna	131.342	398.419	455.037	196.690	494.610	249.810	318.190	442.160	Sardegna

Tab. 21 - Storico produzione olio in Sardegna (q.li)

	1987	1990	1993	1996	1999	2005	2008	2011	2014	2017	2018	2019	2020
Sardegna	136.988	3.376	80.091	42.413	123.805	27.639	93.559	32.490	59.683	82.210	26.850	46.380	58.050

Tab. 22 - Produzione olio: dettaglio provinciale (q.li)

Vecchie province	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Nuove province
Cagliari	4.028	11.086	10.973	3.670	23.630	13.330	10.130	24.620	Cagliari e Sud Sardegna
Carbonia Iglesias	482	1.231	4.009	310					
Medio Campidano	5.903	13.831	8.199	5.660					
Sassari	6.181	15.590	21.382	11.470	29.860	7.180	22.450	15.290	Sassari
Olbia Tempio	167	220	480	170	770				
Oristano	2.528	12.709	7.962	6.470	8.080	4.700	6.070	11.200	Oristano
Nuoro	1.813	4.332	8.180	1.620	19.870	1.640	7.730	6.940	Nuoro
Ogliastra	1.268	684	6.398	200					
Sardegna	22.371	59.683	67.582	29.570	82.210	26.850	46.380	58.050	Sardegna

Tab. 23 - Valore economico prodotti dell'olivicoltura: anno 2018

Gruppi di prodotto	Sardegna	Italia	Sardegna/Italia	Olivicoltura/Gruppi di prodotto - Valore della produzione olivicola sarda rispetto agli altri gruppi di prodotto
	.000 Euro	.000 Euro	%	%
Coltivazioni agricole (produzione vegetale)	747.813	29.073.553	2,6	0,9
Prodotti dell'olivicoltura	11.225	1.317.141	0,9	63,2
Olio	7.092	1.139.404	0,6	100,0
Attività di supporto all'agricoltura	290.817	6.857.107	4,2	2,4
Beni e servizi dell'agricoltura	1.705.482	52.175.865	3,3	0,4

STATO ATTUALE DEL D.A.Q. : ATTORI E COMPONENTI

Su iniziativa del comitato promotore promosso dall'Organizzazione Produttori Unione Pastori Società Cooperativa Agricola è in fase di costituzione la società Fondazione di Partecipazione del Distretto Agroalimentare di qualità: *"Le Eccellenze agroalimentari e zootecniche dei Parchi Naturali della Sardegna"* ai sensi della Legge Regionale n° 16/2014 art.32 e segg. ed è in corso l'iter per il riconoscimento del distretto

I componenti del distretto sono rappresentati da soggetti privati e pubblici.

La componente privata, è rappresentata da una platea di 530 soci costituenti l'Unione Pastori, ricadenti in oltre 60 comuni, oltre agli operatori ricadenti nelle aree degli 86 comuni del Parco Geominerario Storico e ambientale della Sardegna presso i quali comuni, con idonee iniziative di stimolo e supporto, sono state raccolte numerose, ulteriori manifestazioni di interesse, oltre all'intesa formale con il Parco e per esso gli Enti partecipanti.

La componente pubblica è riassunta per semplificare dal Parco Geominerario Storico ed Ambientale della Sardegna, dall'Ente Confcommercio del Nord Sardegna, dal Consorzio Golfo dell'Asinara, dalla Confagricoltura e dalla Cia Sardegna, dal Sistema camerale.

Nella prima fase, visti i tempi ristretti per adempiere a tutti gli atti e adempimenti amministrativi, il Parco Geominerario Storico ed Ambientale non sarà socio del Distretto, vi aderirà in un secondo momento, ma sin dal mese di Novembre ha manifestato la sua volontà ad aderirvi così come si può rilevare dal documento allegato n°1.

Il Distretto avrà sede legale a Nurri presso la sede operativa della società cooperativa agricola di Nurri, che opera da oltre 50 anni nel settore del comparto della trasformazione del latte; ed è costituita al momento da 530 soci - in continuo incremento.

I soci sono per lo più allevatori che operano nel comparto ovino e conferiscono il latte e gli agnelli da macello in Cooperativa. La Cooperativa vanta una vocazione agro-pastorale che ha visto la luce nel lontano 1962: oggi è una vera organizzazione di Produttori il cui fine è quello di valorizzare la produzione, attraverso una filosofia aziendale dinamica, di aggregazione e di cooperazione.

È una realtà produttiva radicata nel territorio, alla cui base vi è l'amore per la terra, per la natura e per gli animali.

L'attività produttiva agricola, zootecnica è di carattere predominante, ma vi è una forte tendenza alla diversificazione.

La mission aziendale è quella di produrre formaggi tipici di elevata qualità. Il rigoroso processo di selezione del latte, i costanti controlli degli allevamenti, e l'utilizzo delle tecnologie innovative, sono alla base dell'impegno sviluppato con passione e determinazione fino alla trasformazione del latte, con la produzione di pregiati formaggi ovis, caprini e misti ovi-caprini. I pascoli, come la natura li ha preservati è necessario siano incontaminati, e che questo sia verificato per il tramite di analisi certe e certificate, al momento sono arricchiti da essenze erbacee ed arbustive della macchia mediterranea, che conferiscono al latte e ai formaggi aromi particolari.

Alla base dello sviluppo di questa organizzazione produttiva vi è la tradizione e la qualità, il cui fine è quello di valorizzare la filiera produttiva, e dare una risposta efficace alle richieste di un consumatore attento ed esigente.

Il Distretto, così come descritto all'art.29 della L.R. 16/2014, è stato individuato inizialmente nel contesto geograficamente definito, potendosi dimostrare, lo stesso esista di fatto, da 50 anni, nel quale opera la Cooperativa Unione Pastori, e alcuni comuni risultano far parte del Parco Geominerario Storico ed Ambientale della Sardegna, partner del Distretto.

Le materie prime utilizzate per la produzione dei prodotti trasformati dalla Cooperativa Unione Pastori di Nurri sono interamente di origine locale, per una produzione di eccezionale qualità omogenea che nell'esercizio 2019 è stata pari a:

- 10.303.626,00 di litri di latte ovino,
- 474.933,00 di litri di latte caprino,
- 195.597,00 di litri di latte biologico.

Al momento la Cooperativa non produce formaggi da latte di vacca, attività che verrà integrata in attuazione del presente piano.

Le produzioni degli allevatori sono altresì integrate da:

- Coltivazioni foraggere – **grado di interconnessione: elevato**
- Coltivazioni orticole - **grado di interconnessione: medio**
- Coltivazioni grano - **grado di interconnessione: elevato**
- Piccole produzioni di miele - **grado di interconnessione: medio**
- Allevamento di suini per alimentare la filiera delle carni grass-fed - **grado di interconnessione: elevatissimo**
- Allevamento di cavalli grass-fed - **grado di interconnessione: elevato**
- Allevamento di bovini grass-fed - **grado di interconnessione: elevato**
- Allevamento di pollame grass-fed - **grado di interconnessione: basso**
- Produzioni di energia da fonti rinnovabili - **grado di interconnessione: basso**
- Produzioni di suini per alimentare la filiera dei salumi - **grado di interconnessione: medio**
- Produzioni di Vino - **grado di interconnessione: medio**
- Produzioni di olio d'oliva - **grado di interconnessione: elevato**
- Produzioni cerealicole e derivati - **grado di interconnessione: medio-alto**
- Produzione di ortofrutticole e derivati- **grado di interconnessione: medio**
- Agriturismo e turismo- **grado di interconnessione: basso**
- Silvicultura - **grado di interconnessione: medio**

Tutti elementi che da tempo esistono, tangibilmente radicati nella cultura locale, benpresenti nella memoria storica del tessuto socio imprenditoriale dell'ambiente di riferimento.

Il territorio altresì è particolarmente famoso ed apprezzato per la produzione di farine, tanto da esser diventato punto di riferimento regionale, per i produttori di Pani tipici e Dolci tradizionali.

Analisi elementi socio-economici

La situazione socio-economica è radicalmente e inaspettatamente cambiata a causa degli effetti prodotti dalla crisi globale innescatasi nel sistema finanziario mondiale, a causa della pandemia ma ancora

prima dal ripetersi ciclico degli effetti di varie crisi, interessando successivamente l'economia reale. La situazione che inizialmente era stata definita come "congiuntura negativa", si è in seguito consolidata "in crisi sistemica" che ha riguardato tutti i settori produttivi con una caduta dei livelli occupazionali e con la conseguente contrazione dei consumi interni.

Questo quadro generale costituisce lo scenario di partenza del Piano strategico del distretto. Come verrà evidenziato nelle analisi che seguono, i valori di diversi indicatori socio-economici sono regrediti su livelli antecedenti al 2007, evidenziando come il periodo di crisi tuttora in atto, sia un evento di portata storica che ha interrotto ed a volte invertito la crescita tendenziale dei consumi degli ultimi anni. La situazione italiana in realtà, presentava già alcuni elementi di criticità testimoniati da un crescente divario nei tassi di crescita e produttività rispetto ai principali Paesi europei, per cui la crisi si è innestata in un contesto socio-economico già compromesso, amplificando così alcuni suoi effetti.

La Sardegna non è rimasta al di fuori di questa situazione di crisi, anzi la forte specializzazione manifatturiera rende il sistema produttivo particolarmente sensibile al calo della domanda nazionale, solo parzialmente compensato dall'incremento delle esportazioni. In effetti vi sono state pesanti ripercussioni in diversi comparti industriali ed artigianali.

L'intenso e diffuso legame tra le attività economiche ed il territorio, caratteristica dello sviluppo imprenditoriale regionale, comprende anche la componente zootecnica che ha quindi risentito degli effetti della crisi non solo direttamente sugli operatori del settore agro-alimentare, solo e parzialmente su quello zootecnico ma anche indirettamente a causa del peggioramento della situazione economica delle famiglie e quindi delle comunità locali ed a causa dell'eccezionale crisi del turismo e della ristorazione, per cui hanno visto sommarsi le difficoltà legate alla marginalità territoriale con quelle della situazione economica generale.

Ambiente

L'ambiente del Distretto è variamente distinto, può essere considerato geologicamente omogeneo, risalente al Miocene.

Il paesaggio varia dalle estese pianure del Campidano, alla prevalenza collinare nella quale emergono, la Giara di Gesturi, la Giara di Siddi, la Giara di Serri, l'altopiano di Genoni ed il bacino del Rio Mannu di Isili, alterna verso la Barbagia profili montuosi dalla morfologia complessa e macchie, foreste, stagni e lagune, il Distretto si affaccia al mare nella costa Est, ricomprendendo l'Ogliastra fino a Muravera – Castiadas, spesso le zone interne offrono spettacolari gole e cascate e sulle coste si alternano lunghe spiagge sabbiose e formazioni calcaree e sono frequenti i fenomeni carsici, con grotte, voragini, dolomie, laghi sotterranei come quelle di "Su Marmuri" di Ulassai.

E' di fondamentale importanza la collaborazione con l'Ente Parco Geominerario storico ed ambientale della Sardegna, tanto per la prossima istituzione della ZEA, quanto per l'integrazione tra questo enorme patrimonio naturale che si integra con quello storico e culturale, trovando l'integrazione e la tutela degli operatori agro-zootecnici, indispensabili per la loro presenza costante. Il territorio è ricco altresì di siti di interesse archeologico e dei resti dei più recenti complessi dell'attività mineraria.

IL PARTENARIATO E IL PERCORSO DI ANIMAZIONE TERRITORIALE

Il comitato promotore del Distretto Agroalimentare di Qualità “**LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI E ZOOTECNICHE DEI PARCHI NATURALI DELLA SARDEGNA**” ha attivato durante le fasi iniziali di “individuazione e costituzione” una serie di azioni di partenariato con altri enti pubblici e privati, presenti nel territorio di riferimento, perfetti conoscitori delle esigenze e dei fabbisogni degli attori locali.

In particolare il principale soggetto promotore, l’**Organizzazione Produttori Unione Pastori Società Cooperativa Agricola**, attraverso i suoi consulenti e con la collaborazione degli altri soggetti portatori di interessi privati e pubblici, soci/partner del distretto, ha messo in atto una serie di iniziative di animazione economica. rese note attraverso pubblicazioni su siti internet, apposite note stampa, divulgazione attraverso e mail

In particolare, attraverso la collaborazione con il Parco Geominerario Storico ed Ambientale della Sardegna dell’Ente Confcommercio del Nord Sardegna, del Consorzio Golfo dell’Asinara, Confagricoltura e Cia Sardegna sono state realizzate le seguenti azioni seminariali (*fase 1 di individuazione del distretto*) :

Calendario	Luogo
12/06/2020	Olbia -Ente Confcommercio del Nord Sardegna
19/06/2020	Olbia - Geovillage
24/06/2020	Consorzio Golfo dell’Asinara
03/07/2020	Olbia - Ente Confcommercio del Nord Sardegna
29/07/2020	Nurri – sede O.P. Unione Pastori
30/07/2020	Porto Torres – Sala Congressi
31/07/2020	Golfo Aranci
10/08/2020	Nurri – sede O.P. Unione Pastori
04/09/2020	Nurri – sede O.P. Unione Pastori
05/09/2020	Nurri – sede O.P. Unione Pastori
10/09/2020	Comune di Gadoni
11/09/2020	Comune di Masainas
14/09/2020	Comune di Fluminimaggiore
16/09/2020	Comune di Lula
01/10/2020	Comune di Guspini
16/10/2020	Comune di Sassari

Descrizione del Partenariato: metodi e strumenti utilizzati per la consultazione territoriale

In data 23 Settembre è stata attivata l’assistenza tecnica di Laore Sardegna – Agenzia regionale per lo sviluppo in agricoltura – che ha supportato il partenariato; infatti grazie al loro contributo è stato possibile predisporre un piano di animazione locale finalizzato a coinvolgere i portatori di interesse pubblico e privato.

Calendario	Luogo
29/09/2020	Nurri – sede O.P. Unione Pastori
02/10/2020	Comune di San Gavino
05/10/2020	Comune di Gadoni
09/10/2020	Comune di Ales
13/10/2020	Comune di Iglesias
15/10/2020	Comune di Masainas

Alla presenza dei tecnici di Laore si sono tenuti altri 06 incontri, durante i quali sono emerse le esigenze del settore pubblico e le esigenze degli operatori privati: hanno preso parte a tali incontri i rappresentanti del comitato promotore, enti territoriali, ed i singoli operatori, potenzialmente interessati alla costituzione del distretto, operanti nel settore delle produzioni agroalimentari: comparto lattiero-caseario, comparto vitivinicolo, cerealicolo, miele, olivicole, orticole, produzioni zootecniche (ovini-suini-bovini-caprini).

Da tali incontri di partenariato pubblico-privato sono nati quelli che sono poi diventati gli obiettivi e le strategie del costituendo D.A.Q. **“LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI E ZOOTECHNICHE DEI PARCHI NATURALI DELLA SARDEGNA”**.

Complessivamente si sono tenuti n°22 incontri pubblici organizzati alternativamente dall’ Organizzazione Produttori Unione Pastori Società Cooperativa Agricola, dall’ Ente Confcommercio del Nord Sardegna, dal Parco Geominerario Storico ed Ambientale della Sardegna, dal Consorzio Golfo dell’Asinara e oltre 300 operatori o “aspiranti operatori” del:

- comparto agricolo (imprese agricole-agriturismo-fattorie didattiche -operatori agricoli che commercializzano direttamente i loro prodotti, consorzi e cooperative);
- operatori del settore artigianato (produttori di pani e dolci tradizionali, di paste fresche, salumi, miele, ortaggi, funghi, ecc);
- n° 113 operatori del settore servizi e del settore turistico: servizi alle imprese (consulenza, progettazione, finanza), servizi turistici (hotel, B&B, affitta-camere, ecc.).

La componente privata, è rappresentata inoltre anche dai 530 soci costituenti l’Unione Pastori, , oltre agli altri operatori ricadenti nelle aree facenti parte del Distretto.

Per tutti i soggetti privati, che si sono mostrati interessati alla costituzione del Distretto e quindi sono stati individuati quali “potenziali membri del Distretto” sono state raccolte non solo le manifestazioni di interesse, ma ciò che rende reale e concreto questo progetto strategico, è la presenza di numerosi programmi di investimento, immediatamente cantierabili..

Per quanto attiene ai soggetti pubblici hanno partecipato alle assemblee di partenariato alcuni rappresentanti (sindaci e assessori) dei comuni dislocati nel territorio interessato al Piano di Distretto, il Parco Geominerario Storico Ambientale della Sardegna, l’Ente Confcommercio , il Consorzio Golfo dell’Asinara, il Consorzio per la Tutela dell’IGP Agnello di Sardegna, la Camera di Commercio di Sassari, il Consorzio di Gestione del Parco Naturale Regionale del Monte Arci.

ANALISI SWOT NELLA COSTITUZIONE DEL DISTRETTO

Dagli incontri di animazione e a seguito di ulteriore indagine e intervista dei portatori di interesse è scaturita la seguente analisi swot:

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di un paniere di beni e servizi fortemente legato al territorio; • Presenza nel territorio di una Organizzazione dei Produttori nel settore lattiero caseario; • Presenza nel territorio di una Organizzazione dei produttori sulle carni • Presenza nel territorio della consuetudine al pascolamento del bestiame • Presenza di una Cooperativa (NURRI) per la lavorazione del latte • Presenza di produzione tipiche agroalimentari (dolci, pane civraxiu, vini, formaggi pecorini e caprini, miele, liquori, carni e salumi, olio) • Ambiente incontaminato per l'assenza di fabbriche • Presenza del comitato promotore per l'istituzione del Distretto agroalimentare • Presenza di Biodiversità ortofrutticole (es. ciliegio di Gadoni); • Vocazione del territorio per la produzione dei cereali (grano) • Presenza nel territorio di produzioni a marchio DOP (es. Formaggi), IGP (es. Agnello) IGT e DOC (vini) • Presenza diffusa nel territorio di aziende agrituristiche • La qualità dei nostri prodotti agricoli e agroalimentari dovuta alla vocazione del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevato grado di disoccupazione • Redditi delle aziende agricole non adeguati e comunque inferiori alla media nazionale, regionale; • Scarsa gestione aziendale e limitata propensione all'export • I servizi al tessuto economico non sono adeguati • Scarsa integrazione fra le imprese e tra queste e le istituzioni pubbliche • Inadeguata infrastrutturazione territorial • Insufficiente promozione e marketing territoriale e di prodotto • Insufficiente integrazione fra operatori agricoli, della ristorazione e del turismo • Mancanza della filiera corta (punti vendita, mercati contadini) • Assenza dei prodotti agroalimentari del territorio nel sistema ricettivo e della ristorazione • Polverizzazione del sistema produttivo • Carenza di servizi reali all'impresa e di attività formative • Mancanza di reti e progetti di cooperazione • Inadeguata tutela, valorizzazione e promozione delle biodiversità presenti nel territorio • Insufficiente presenza di sistemi di produzione di energia da fonti rinnovabili. • Alti costi di produzione nel grano, del latte e delle carni • Mancanza di strutture di logistica • Mancanza di un piano di marketing territoriale • Carenza della ricerca e assistenza tecnica per l'innovazione di processo e di prodotto

OPPORTUNITÀ	RISCHI
<ul style="list-style-type: none"> • La presenza di leggi per la costituzione dei distretti • Presenza del PSR • Presenza in ambito regionale di consorzi di tutela (agnello IGP- DOP pecorino Romano, Pecorino sardo, DOC sui vini) • Crescente interesse del mercato per le produzioni di miele regionale. • La produzione dolciaria e del pane del territorio necessita di materie prime locali alla luce dei processi di certificazione e delle azioni di valorizzazione. • Presenza di forti attrattori ambientali • Maggiore attenzione dei turisti verso forme di turismo esperienziale • Affermazione nel mercato di prodotti ad alto contenuto di tipicità e autenticità accompagnato da progetti di valorizzazione in corso di esecuzione. 	<ul style="list-style-type: none"> • Polverizzazione del mercato • Disaggregazione e individualismo produttivo e istituzionale • PSR inadeguato • Concorrenza sleale di produttori extraterritoriale (es. Agnelli, porcetti che provengono da altri stati e vengono venduti come sardi) • Leggi inadeguate per combattere la peste suina africana • Mancanza di leggi che tutelano il prodotto locale • Mancato controllo istituzionale e produttivo della varietà di grano capelli

Dall'analisi swot, dalle schede quali-quantitative, dalle interviste dei portatori di interesse sono stati definiti:

- L'albero dei problemi;
- L'albero degli obiettivi;
- Le operazioni e le strategie da attuare per raggiungere gli obiettivi e risolvere i problemi

ALBERO DEI PROBLEMI

PROBLEMA GENERALE	PROBLEMI DI LIVELLO 1	PROBLEMI DI LIVELLO 2
<p>Le produzioni agroalimentari del distretto eccellenze agroalimentare e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna non sono adeguatamente valorizzate</p>	<p>Problema 1 Scarsa capacità di generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia</p>	Problema 1.1 Inadeguata programmazione e diversificazione delle produzioni casearie.
		Problema 1.2 Scarsa remunerazione del latte
		Problema 1.3 Scarsa differenziazione nella produzione di beni e servizi
		Problema 1.4 Elevato grado di difficoltà nella promozione del territorio e dei suoi prodotti
		Problema 1.5 Carenza di concertazione nell'assunzione delle decisioni
		Problema 1.6 Normativa inadeguata (PSR)
		Problema 1.7 Scarsa promozione dei formaggi del distretto; I trasformatori non partecipano assiduamente alle fiere e non organizzano la filiera corta
		Problema 1.8 Assenza del formaggio del distretto nelle mense scolastiche e comunitarie regionali
		Problema 1.9 Scarsa promozione dei formaggi del distretto
		Problema 1.10 I ristoratori locali e della Sardegna non propongono I formaggi del distretto eccellenze agroalimentare
	<p>Problema 2 Scarsa capacità dell'impresa agricola a differenziare le funzioni e i servizi</p>	Problema 2.1 Scarsa collaborazione tra impresa agricola ed Enti locali per la salvaguardia del territorio rurale
		Problema 2.2 Insufficienti conoscenze degli operatori agricoli in materia di competenze attribuite dalla Legge (228/2001)
		Problema 2.3 Inadeguate capacità dell'impresе agricole ad implementare la vendita diretta dei prodotti
		Problema 2.4 Inadeguata capacità dell'impresa agricola ad innovarsi nell'ottica di offrire al mercato servizi a carattere turistico, didattico, sociale e culturale
		Problema 2.5 Insufficienti capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie
		Problema 2.6 Carenza di risorse per investimenti atti ad abbassare i costi di produzione
	<p>Problema 3 Insufficiente valorizzazione delle produzioni vitivinicole e olivicole</p>	Problema 3.1 Scarsa qualificazione e certificazione delle produzioni
		Problema 3.2 Scarsa presenza di materiale di propagazione di varietà autoctone
		Problema 3.3 Inadeguatezza degli impianti di trasformazione
		Problema 3.4 Elevati costi di produzione conseguenti a una bassa produzione unitaria

PROBLEMA GENERALE	PROBLEMI DI LIVELLO 1	PROBLEMI DI LIVELLO 2
<p>Le produzioni agroalimentari del distretto eccellenze agroalimentare e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna non sono adeguatamente valorizzate</p>	<p>Problema 4 Inadeguata valorizzazione della filiera cerealicola</p>	<p>Problema 4.1 Le produzioni non sono adeguate alle richieste del mercato</p>
		<p>Problema 4.2 Insufficiente attenzione alla tipicità</p>
		<p>Problema 4.3 Difficoltà di commercializzazione</p>
		<p>Problema 4.4 I costi di produzione del grano non sono sostenibili</p>
		<p>Problema 4.5 La filiera cerealicola non è organizzata per le esigenze dei cerealicoltori (es. manca la logistica per l'approvvigionamento delle sementi e dei mezzi tecnici)</p>
		<p>Problema 4.6 I contratti di filiera non riconoscono un prezzo adeguato del grano</p>
		<p>Problema 4.7 Panificatori e cerealicoltori non collaborano tra loro</p>
	<p>Problema 5 Le produzioni ortofrutticole sono poco valorizzate</p>	<p>Problema 5.1 Le produzioni ortofrutticole dei piccoli produttori non sono adeguate alle esigenze della GDO (che vuole prodotti tracciabili e a residuo zero)</p>
		<p>Problema 5.2 La tracciabilità delle produzioni dei piccoli produttori ortofrutticoli non è adeguata I piccoli produttori ortofrutticoli non conoscono le tecnologie informatiche per la tracciabilità delle produzioni</p>
		<p>Problema 5.3 Gli operatori della filiera ortofrutticola non collaborano per pianificare/programmare le produzioni</p>
		<p>Problema 5.4 Gli operatori ortofrutticoli non conoscono le nuove tecniche di produzione sostenibili, non conoscono le tecniche di coltivazione e le opportunità delle coltivazioni BIO e in integrato</p>
		<p>Problema 5,5 Le imprese ortofrutticole non accedono alle nuove tecnologie per la gestione delle coltivazioni e alle innovazioni in genere</p>
	<p>Problema 6 Insufficiente integrazione della filiera apicola</p>	<p>Problema 6.1 Insufficiente presenza di centri per la raccolta, lavorazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti apicoli</p>
		<p>Problema 6.2 Inadeguate strutture aziendali</p>
		<p>Problema 6.3 Scarsa valorizzazione del miele sardo</p>
	<p>Problema 7 Inadeguata valorizzazione degli allevamenti da carne</p>	<p>Problema 7.1 Scarsa integrazione con le imprese di trasformazione e commercializzazione, turismo rurale</p>
		<p>Problema 7.2 Inadeguatezza delle strutture aziendali</p>
		<p>Problema 7.3 La Peste Suina Africana frena lo sviluppo della filiera suinicola</p>
		<p>Problema 8.4 Scarsa presenza della filiera corta</p>
	<p>Problema 8 La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata</p>	<p>Problema 8.1 il tessuto produttivo non è organizzato e non fa rete</p>

ALBERO DEGLI OBIETTIVI, OPERAZIONI E STRATEGIA DEL DISTRETTO

OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO OPERATIVO	OBIETTIVI SPECIFICI	OPERAZIONI E STRATEGIA
<p>Le produzioni agroalimentari del distretto eccellenze agroalimentare e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna sono adeguatamente valorizzate</p>	<p>Obiettivo n. 1 Capacità di generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia</p>	1.1 Adeguata programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	Si va oltre la produzione di Pecorino Romano verso prodotti freschi, anche attraverso il coinvolgimento degli enti di Ricerca
		1.2 il reddito degli operatori della filiera e' aumentato	Interventi di ristrutturazione, adeguamento, ampliamento, costruzione ex novo di stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, sale di mungitura, ricovero macchine ed attrezzi; opere di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale. Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.
		1.3 Differenziazione nella produzione di beni e servizi	L'impresa agropastorale diversifica le sue produzioni ed attua nuovi servizi a carattere culturale e per l'accoglienza: coltivazione e trasformazione di biodiversità, fattorie didattiche, agriturismo, forme di ospitalità rurale, piazzole per camper, valorizzazione delle tradizioni agropastorali (tosatura, ecc.), agricoltura sociale con il coinvolgimento del terzo settore.
		1.4 Capacità di promozione del territorio e dei suoi prodotti agroalimentari	Le operazioni insistono a organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati.
		1.5 Concertazione nell'assunzione delle decisioni	Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali.
		1.6 Normativa adeguata (PSR)	Trattasi di obiettivo strategico da attuarsi a cura dell'Amministrazione Regionale.
		1.7 Soddisfacente promozione dei formaggi del distretto; i trasformatori partecipano assiduamente alle fiere e organizzano la filiera corta	Le operazioni insistono a organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati.
		1.8 Presenza del formaggio del distretto nelle mense scolastiche e comunitarie regionali	Strutturare un progetto di educazione alimentare da sottoporre alle amministrazioni pubbliche al fine di portare i prodotti agroalimentari nelle mense collettive
		1.9 Adeguata promozione dei formaggi del distretto	Le operazioni insistono a organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati
		1.10 I ristoratori locali e della Sardegna propongono i formaggi del distretto eccellenze agroalimentare	Realizzazione di un tavolo permanente tra gli operatori del turismo e il Distretto. Eventi di degustazioni guidate nel sistema HORECA

OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO OPERATIVO	OBIETTIVI SPECIFICI	OPERAZIONI E STRATEGIA
<p>Le produzioni agroalimentari del distretto eccellenze agroalimentare e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna sono adeguatamente valorizzate</p>	<p>Obiettivo n. 2 le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati</p>	<p>2.1 Adeguata collaborazione tra impresa agricola ed Enti locali per la salvaguardia del territorio rurale</p>	<p>Azioni di accompagnamento allo sviluppo rurale: azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere, ricerca nella filiera vitivinicola e olivicola (selezione germoplasma vite/olivo autoctoni). Formazione per imprenditori/trici; acquisto servizi di marketing; intermediazione azioni pubblico/private . Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese Azioni di animazione sensibilizzazione, informazione del distretto;</p>
		<p>2.2 Sufficienti conoscenze degli operatori agricoli in materia di competenze attribuite dalla Legge (228/2001)</p>	<p>Implementare la cultura della multifunzionalità nelle imprese agricole e negli E.E.L.L., garantire l'assistenza tecnica alla razionalizzazione ed ammodernamento nei processi produttivi delle produzioni cardine del territorio, implementare la verticalizzazione nelle filiere, favorire la nascita di accordi verticali nella singola filiera, favorire la nascita di accordi orizzontali.</p>
		<p>2.3 Adeguate capacità dell'impresa agricole ad implementare la vendita diretta dei prodotti</p>	<p>Gli imprenditori, attraverso adeguata formazione verranno indirizzati verso la vendita diretta, accompagnati nel processo formativo su legislazione, opportunità, certificazione, etichettatura , ect.</p>
		<p>2.4 Adeguata capacità dell'impresa agricola ad innovarsi nell'ottica di offrire al mercato servizi a carattere turistico, didattico, sociale e culturale</p>	<p>Azioni di accompagnamento allo sviluppo imprenditoriale: azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere, formazione per imprenditori/trici; acquisto servizi di marketing; intermediazione azioni pubblico/private. Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali. Azioni di animazione sensibilizzazione, informazione del distretto;</p>
		<p>2.5 Sufficiente capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie</p>	<p>Interventi volti a potenziare la capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie: orticole, frutticole, allevamenti familiari dei suini, anche con l'utilizzo di energie alternative.</p>
		<p>2.6 Generare opportunità per far ottenere sufficienti risorse per investimenti atti ad abbassare i costi di produzione</p>	<p>Governance del Distretto e raelizzazione di gruppi di lavoro pubblici/privati, esperti, consulenti, al fine di far nascere Gruppi Operativi, Reti di Imprese, per partecipare ai bandi regionali, Nazionali ed Europei</p>
	<p>Obiettivo 3 Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate</p>	<p>3.1 Qualificazione e certificazione delle produzioni</p>	<p>Progetto di ricerca inerente le "biodiversità"</p>
		<p>3.2 I vivai producono materiale di propagazione autoctono</p>	<p>I vivai vengono sollecitati a produrre piante certificate con le biodiversità del territorio</p>
		<p>3.3 Presenza di idonei impianti di trasformazione</p>	<p>Adeguamento, ampliamento e costruzione ex novo degli stabilimenti per la trasformazione</p>
		<p>3.4 Costi di produzione sostenibili</p>	<p>Ammodernamento di macchine e attrezzature, sostenere impianti di energia rinnovabili, creare reti e sinergie per acquisti delle materie prime e consulenze.</p>
	<p>Obiettivo 4 La filiera cerealicola è valorizzata</p>	<p>4.1 I costi di produzione del grano sono sostenibili</p>	<p>Creare reti, organizzare la logistica per l'acquisto dei fattori della produzione (concimi, sementi, ect), sostenere le energie rinnovabili e una moderna meccanizzazione</p>
		<p>4.2 La filiera cerealicola è organizzata per le esigenze dei cerealicoltori</p>	<p>Organizzazione presso il Distretto della logistica (in entrata) per l'approvvigionamento delle sementi e dei mezzi tecnici)</p>
		<p>4.3 I contratti di filiera riconoscono un prezzo adeguato del grano</p>	<p>Creare reti e realizzare il tavolo permanente della filiera</p>
		<p>4.4 Panificatori e cerealicoltori collaborano tra loro</p>	<p>Creare reti e realizzare il tavolo permanente della filiera</p>

OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO OPERATIVO	OBIETTIVI SPECIFICI	OPERAZIONI E STRATEGIA
Le produzioni agroalimentari del distretto eccellenze zootecniche dei parchi naturali della Sardegna sono adeguatamente valorizzate	Obiettivo n. 5 Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate	5.1 Le produzioni ortofrutticole dei piccoli produttori sono adeguate alle esigenze della GDO	Produrre prodotti di qualità adeguate alle esigenze della GDO, con packaging adeguato e certificazione di residui zero.
		5.2 La tracciabilità delle produzioni dei piccoli produttori ortofrutticoli è adeguata e i piccoli produttori ortofrutticoli conoscono le tecnologie informatiche per la tracciabilità delle produzioni	Realizzazione di disciplinari di produzione, creare programmi informatici per la gestione delle colture e delle programmazione di semina/impianto/raccolta.
		5.3 Gli operatori della filiera ortofrutticola collaborano per pianificare/programmare le produzioni	Investimenti aziendali inerenti: impianti di varietà frutticole e orticole anche autoctone; opere di approvvigionamento adduzione e distribuzione idrica. Opere per l'utilizzo di energie rinnovabili. Locali per lo stoccaggio e per il primo trattamento dei prodotti Acquisto di macchinari per la lavorazione, raccolta e primo trattamento
		5.4 Gli operatori ortofrutticoli conoscono le nuove tecniche di produzione sostenibili, le tecniche di coltivazione e le opportunità delle coltivazioni BIO e in integrato	Orientare attraverso la formazione informazione le produzioni ortofrutticole del distretto ad un sistema di coltivazione BIO/INTEGRATO
		5.5 Le imprese ortofrutticole accedono alle nuove tecnologie per la gestione delle coltivazioni e alle innovazioni in genere	Creare sinergie e collaborazioni con enti di ricerca e assistenza tecnica qualificata. Formazione e aggiornamento professionale
	Obiettivo n. 6 La filiera apicola è integrata nel sistema produttivo locale	6.1 Raccolta, lavorazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti apicoli aumentata	Interventi per la razionalizzazione del nomadismo, acquisto mezzi di trasporto arnie, adeguamento laboratorio per la raccolta e confezionamento del miele, acquisto attrezzature per trasformare il miele in dolci. Operazioni di certificazione e marketing.
		6.2 Presenza di adeguate strutture aziendali	Realizzazione di nuove azienda apistiche con acquisto di arnie e attrezzature. Adeguamento delle azienda esistenti e ampliamento e realizzazione di laboratori per la raccolta e il confezionamento del miele
		6.3 Il miele sardo prodotto nel distretto è valorizzato	Azioni di promozione territoriale e di prodotto
	Obiettivo n. 7 Gli allevamenti da carne sono valorizzati	7.1 Soddisfacente integrazione delle imprese di trasformazione e commercializzazione con quelle del turismo rurale	Creazione delle reti dei produttori Azioni per l'integrazione fra i produttori (reti orizzontali) e fra questi e gli operatori commerciali, della trasformazione, del turismo rurale (reti verticali)
		7.2 Le strutture aziendali sono adeguate	Interventi di ristrutturazione, adeguamento, ampliamento, costruzione ex novo di stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, , ricovero macchine ed attrezzi; opere di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale. Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.
		7.3 le imprese sono organizzate e vengono gestite con sistemi che controllano la Peste Suina Africana	Realizzazione di sistemi in Plain Air (all'aperto), realizzazione di doppia recinzione
		7.4 La filiera corta della carne è strutturata nel territorio	Le produzioni agroalimentari, con particolare riferimento alla carni, sono organizzate per la vendita diretta negli spacci aziendali, nei mercati contadini, nelle mense scolastiche, nelle mense collettive, nel sistema HORECA regionale. Il sistema logistico verrà organizzato all'interno di una struttura presente nell'area del distretto.
	Obiettivo n. 8 La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata	8.1 Tessuto produttivo è organizzato	Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali. Organizzazione della logistica; Costituzione di reti.

OBIETTIVO N. 1

Capacità di generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia

Gli interventi che si vogliono promuovere intendono valorizzare le produzioni tipiche attraverso la divulgazione sul consumo dei prodotti marchio DOP quali pecorino Romano, Pecorino Sardo, al fine di evidenziare le produzioni dell'allevatore, incentivare la collaborazione tra le imprese nelle fasi di produzione e commercializzazione dei prodotti. Attraverso la formazione del personale dei caseifici, si realizzerà l'adeguamento dell'innovazione di prodotto e l'identificazione delle tipologie di formaggi prodotti da parte dei consumatori. Si intende risolvere il problema della scarsa remunerazione del latte attraverso il consolidamento delle reti, il coinvolgimento del produttore nel miglioramento della qualità del latte (incentivando la collaborazione) e diminuendo i costi di produzione (diminuendo i costi di gestione degli impianti, adeguando le strutture aziendali, diminuendo i costi del trasporto del latte, adeguando le infrastrutture di viabilità e elettrificazione, e diminuendo i costi di approvvigionamento delle materie prime, migliorando gli interventi agronomici nelle aziende zootecniche. L'impresa agropastorale diversifica le sue produzioni ed attua nuovi servizi a carattere culturale e per l'accoglienza: coltivazione e trasformazione di biodiversità (orticole e frutticole), fattorie didattiche, agriturismo, forme di ospitalità rurale, piazzole per camper, valorizzazione delle tradizioni agropastorali (tosatura, ecc.). La multifunzionalità rappresenta anche un'opportunità di far conoscere ai visitatori i luoghi e le tecniche di produzione dei prodotti agricoli e agroalimentari del distretto e non per ultimo saranno consumatori privilegiati delle nostre produzioni.

Le Operazioni da intraprendere saranno:

- ristrutturazione, adeguamento, ampliamento costruzione ex novo di caseifici, stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, sale di mungitura, ricovero macchine ed attrezzi; opera di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale.
- Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.
- promuovere la differenziazione e la diversificazione nella produzione delle aziende agricole incentivando la produzione di beni e servizi.
- Realizzare prodotti lattiero-caseari freschi, anche attraverso il coinvolgimento degli enti di Ricerca.
- organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo.
- Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione.
- Incontrare il sistema HORECA attraverso incontri programmati.
- Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali.
- Strutturare un progetto di educazione alimentare da sottoporre alle amministrazioni pubbliche al fine di portare i prodotti agroalimentari nelle mense collettive.
- Incontrare il sistema HORECA attraverso incontri programmati
- Realizzazione di un tavolo permanente tra gli operatori del turismo e gli operatori del distretto. Eventi di degustazioni guidate nel sistema HORECA

OBIETTIVO N. 2

Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati

L'impresa Agricola diventa promotrice della salvaguardia del territorio e del paesaggio agrario attraverso la collaborazione con gli Enti locali coinvolti.

Le operazioni da attuare:

- Azioni di accompagnamento allo sviluppo rurale;
- Azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere,
- Ricerca nella filiera vitivinicola e olivicola (selezione germoplasma vite/olivo autoctoni).
- Formazione per imprenditori/trici;
- Acquisto servizi di marketing;
- Intermediazione azioni pubblico/private .
- Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e Realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi.
- Creazione dello Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese
- Azioni di animazione sensibilizzazione, informazione del distretto;
- Implementare la cultura della multifunzionalità nelle imprese agricole e negli E.E.L.L.,
- Garantire l'assistenza tecnica alla razionalizzazione ed ammodernamento nei processi produttivi delle produzioni cardine del territorio, implementare la verticalizzazione nelle filiere, favorire la nascita di accordi verticali nella singola filiera, favorire la nascita di accordi orizzontali.
- Gli imprenditori, attraverso adeguata formazione verranno indirizzati verso la vendita diretta, accompagnati nel processo formativo su legislazione, opportunità, certificazione, etichettatura , ect.
- Azioni di accompagnamento allo sviluppo imprenditoriale;
- Interventi volti a potenziare la capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie: orticole, frutticole, allevamenti familiari dei suini, anche con l'utilizzo di energie alternative.
- Governance del Distretto e realizzazione di gruppi di lavoro pubblici/privati, esperti, consulenti, al fine di far nascere Gruppi Operativi, Reti di Imprese, per partecipare ai bandi regionali, Nazionali ed Europei

OBIETTIVO 3

Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate

L'obiettivo è la valorizzazione delle produzioni vitivinicole e olivicole attraverso strumenti di qualificazione e tutela del prodotto, la realizzazione di reti di filiera orizzontale e verticale.

La valorizzazione passa anche attraverso l'aumento della produzione di vini e olio imbottigliati e la valorizzazione delle produzioni, attraverso la crescita di interesse alla ricerca sui vitigni, varietà olivicole autoctone, la realizzazione di campi catalogo. l'adeguamento dei locali e degli impianti, la qualificazione del personale impegnato nelle varie fasi della filiera

Le Operazioni da attuare

- Progetto di ricerca inerente la "valorizzazione biodiversità";
- I vivai verranno sollecitati a produrre materiale di propagazione autoctona, anche attraverso "contratti di

produzione”

- Interventi diretti o all’adeguamento, alla ristrutturazione, all’ampliamento, di laboratori produzione olio, e cantine
- Attraverso la collaborazione tra olivicoltori per la conduzione degli olivetti e all’aumento di propensione al reimpianto.
- Attraverso la collaborazione tra viticoltori per la conduzione dei vigneti e all’aumento di propensione al reimpianto.
- Ammodernamento di macchine e attrezzature, sostenere impianti di energia rinnovabili, creare reti e sinergie per acquisti delle materie prime e consulenze.

OBIETTIVO 4

La filiera cerealicola è valorizzata

L’obiettivo è quello di valorizzare la filiera cerealicola, oggi inesistente, ove a partire dall’agricoltore che dovrà organizzarsi nell’approvvigionamento collettivo delle materie prime necessarie per la coltivazione (concimi, sementi, fitofarmaci, altri mezzi tecnici, servizi, ect) al fine di costituire reti che vedono anche il mugnaio come secondo interlocutore per la produzione delle farine/semole, inoltre nella filiera non possono certamente mancare I panificatori e I produttori di dolci che dovranno essere organizzati per fornire il paniere dei prodotti cerealicoli.

L’azione ha il fine quindi di creare una rete in grado di gestire una logistica in entrata (materie prime per la coltivazione) e in uscita per la commercializzazione dei prodotti da forno.

Le azioni da intraprendere sono pertanto:

- Creare reti tra agricoltori, mugnai e panificatori e realizzare il tavolo permanente della filiera;
- Organizzare la logistica per l’acquisto dei fattori della produzione (concimi, sementi, ect) e per la commercializzazione dei prodotti intermedi e finiti;
- Sostenere le energie rinnovabili e una moderna meccanizzazione al fine di diminuire i costi di produzione.

OBIETTIVO N. 5

Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate

Si intende valorizzare le produzioni ortofrutticole locali tramite un processo di offerta aggregata.

I prodotti ortofrutticoli e le biodiversità sono riconosciuti dal consumatore attraverso azioni di promozione e marketing.

Operazioni da fare:

- Creare reti e realizzare il tavolo permanente della filiera ortofrutticola del distretto;
- Produrre prodotti di qualità adeguate alle esigenze della GDO, con packaging adeguato e certificazione di residui zero.
- Realizzazione di disciplinari di produzione;

- Creare programmi informatici per la gestione delle colture (anche collegati alle stazioni meteo) e delle programmazione di semina/impianto/raccolta.
- Investimenti aziendali inerenti: impianti di varietà frutticole e orticole anche autoctone;
- Opere di approvvigionamento adduzione e distribuzione idrica;
- Opere per l'utilizzo di energie rinnovabili. Locali per lo stoccaggio e per il primo trattamento dei prodotti
- Acquisto di macchinari per la lavorazione, raccolta e primo trattamento dei prodotti;
- Orientare attraverso la formazione e informazione le produzioni ortofrutticole del distretto ad un sistema di coltivazione BIO/INTEGRATO
- Creare sinergie e collaborazioni con enti di ricerca e assistenza tecnica qualificata. Formazione e aggiornamennto professionale
- Interventi per la valorizzazione e tutela delle biodiversità che consistono: laboratorio per la ricerca e la conservazione del germoplasma vegetale biodiverso.
- Creazione di un campo catalogo della biodiversità;
- Azioni di divulgazione delle conoscenze della biodiversità.
- La distribuzione dei prodotti sarà strutturata, con l'obiettivo di programmare l'offerta e adeguarla all'esigenza di mercato e per superare la frammentazione aziendale, attraverso l'organizzazione dei produttori, l'aumento delle competenze nella commercializzazione e nella vendita diretta e l'adeguamento degli impianti di primo confezionamento dei prodotti.
- Investimenti aziendali inerenti: impianti di varietà frutticole e orticole anche autoctone;
- Adeguamento delle strutture di trasformazione, la cooperazione tra gli operatori di filiera, e accordi tra i produttori e i trasformatori dei prodotti.
- Costruzione ex novo di piccoli stabilimenti per la trasformazione delle produzioni orticole e frutticole;
- Acquisto di servizi reali per la certificazione, tracciabilità e packaging dei prodotti
- Formazione degli addetti

OBIETTIVO N. 6

La filiera apicola è integrata nel sistema

Nel territorio di riferimento si lamenta una produzione carente di miele, una poca integrazione con gli operatori che producono i dolci e la mancanza di strategia di valorizzazione del miele locale che molto spesso viene svenduto. Inoltre dall'analisi SWOT si evidenzia una frammentazione produttiva, con piccole aziende che non riescono a collaborare tra loro.

Le operazioni da attuare

- Creazione di reti tra produttori e tra produttori e artigiani dolciari
- Interventi per la razionalizzazione del nomadismo;
- Acquisto mezzi di trasporto arnie;
- Costruzione e adeguamento laboratori per la raccolta e confezionamento del miele;
- Acquisto attrezzatura per trasformare il miele in dolci.
- Operazioni di certificazione e marketing.

- Realizzazione di nuove aziende apistiche con acquisto di arnie e attrezzature.
- Adeguamento delle aziende esistenti.

OBIETTIVO N. 7

Gli allevamenti da carne sono valorizzati

Come su esposto la presenza di produzioni di carne, con particolare riferimento all'agnello IGP di Sardegna, rappresenta uno dei principali punti di forza del distretto agroalimentare, così come la presenza degli allevamenti suini, in forte sofferenza per la presenza della peste suina africana, non dimentichiamo che la struttura produttiva degli allevatori del distretto molto spesso è promiscua con allevamenti di varie specie (ovicaprini, bovini, suini) all'interno della propria azienda. Molto spesso come si evince dall'analisi dei problemi, gli allevatori non sono organizzati e molto spesso in balia degli acquirenti. Per la valorizzazione del settore la strategia del distretto si basa sull'organizzazione produttiva primaria, ancora inefficiente, sino alla promozione di un prodotto che deve per essere valorizzato, commercializzato dopo una precisa azione di marketing/comunicazione al fine di evidenziare soprattutto l'alimentazione al pascolo degli animali, molto diffusa nel territorio del distretto e sinonimo di qualità.

Le Operazioni pertanto saranno:

- Creazione delle reti dei produttori
- Azioni per l'integrazione fra i produttori (reti orizzontali) e fra questi e gli operatori commerciali, della trasformazione, del turismo rurale (reti verticali);
- Interventi di ristrutturazione, adeguamento, ampliamento, costruzione ex novo di stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, , ricovero macchine ed attrezzi; opere di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale.
- Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.
- Realizzazione di sistemi in Plain Air (all'aperto), realizzazione di doppia recinzione negli allevamenti suinicoli, al fine di regolarizzare al Piano regionale di eradicazione della peste suina africana e al fine di ottenere carni suine di qualità (al pascolo semibrado);
- Le produzioni agroalimentari, con particolare riferimento alle carni, sono organizzate per la vendita diretta negli spacci aziendali, nei mercati contadini, nelle mense scolastiche, nelle mense collettive, nel sistema HORECA regionale. Il sistema logistico verrà organizzato all'interno di una struttura presente nell'area del distretto.

OBIETTIVO N. 8

La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata

Con la nascita del modello di identificazione di un Distretto Agroalimentare si intende sviluppare un sistema produttivo locale integrato, creando quindi reti di imprese che operino efficacemente nel territorio. Attraverso questo processo si intende incentivare un modello concertativo ove i produttori sono coordinati per la costituzione di reti di imprese, creare il progetto della logistica dei prodotti agroalimentari, il packaging, la commercializzazione e il marketing territoriale. Le azioni di Marketing territoriale incentivate dai soggetti del Distretto favoriscono la promozione del territorio e dei prodotti agroalimentari e con la creazione di un marchio si garantisce la tutela delle produzioni tipiche.

Le operazioni da intraprendere saranno:

- Azioni di accompagnamento allo sviluppo di impresa;
- Azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere,
- Azioni di ricerca nelle filiere vitivinicola e olivicola, ortofrutticola, carni, lattiero casearia e miele.
- Formazione per imprenditori/trici;
- Acquisto servizi di marketing; intermediazione azioni pubblico/privato.
- Certificazione e marketing territoriale.

La Strategia del Distretto di seguito definita è stata sviluppata ripercorrendo gli obiettivi generali, obiettivi specifici, le operazioni da intraprendere per raggiungerli e la loro fattibilità temporale rispetto agli strumenti di programmazione e di finanziamento messi in essere a livello regionale, nazionale ed europeo.

Di seguito saranno riportati anche gli indicatori di risultato utili appunto a valutarne gli effetti temporali e la rispondenza delle azioni messe in atto rispetto alla strategia di distretto.

COERENZA DEGLI OBIETTIVI SPECIFICI

Obiettivo	Obiettivi Specifici (Albero degli Obiettivi)	Note
<p style="text-align: center;">Generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia attraverso la diversificazione produttiva l'integrazione con altre attività produttive, sviluppando azioni di marketing territoriale e la filiera corta</p>	Le microfiliera agricole e artigianali sono competitive e integrate nel sistema produttivo. Nello specifico di ogni microfiliera coinvolto nel progetto, questo obiettivo viene declinato nelle seguenti specifiche:	L'obiettivo specifico è stato declinato per i singoli ambiti. Sono comunque evidenti gli elementi di rafforzamento dell'efficienza e le interconnessioni delle microfiliera agricole e dell'agroalimentare
	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	
	Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	
	Sistema di accoglienza rurale è capace di attrarre flussi turistici	
	Le attività agricole e agroalimenatri sono competitive	
	La valorizzazione dei dolci (casadine, ect) è adeguata	
	La filera cerealicola è integrata e valorizzata (casadine, sebadas, ect)	
La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata		
<p style="text-align: center;">Creazione di nuove opportunità di lavoro, creando professionalità, interazione con il mondo della ricerca, dei servizi e della formazione professionale in ottica distrettuale</p>	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	L'obiettivo specifico è stato declinato per i singoli ambiti. Gli stessi, sia singolarmente che congiuntamente promuovono lo sviluppo dell'imprenditorialità locale, attraverso sinergie e collaborazioni
	Adeguata programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	
	Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	
	Sistema di accoglienza rurale capace di attrarre flussi turistici	
	Le attività agroalimentari sono competitive	
	Il reddito degli agricoltori è aumentato	
	La valorizzazione dei dolci e dei prodotti da forno è adeguata	
	Le produzioni ortofrutticole del distretto sono valorizzate	
	La filera cerealicola è organizzata	
	La filiera apicola è integrata	
	Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	
La filera della carne e' organizzata e integrata		
La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata		
<p style="text-align: center;">Promuovere l'integrazione del sistema agricolo con le altre attività economiche, in particolare l'artigianato agroalimentare e turismo rurale, valorizzando e promuovendo la nuova impresa agricola e agroalimenatre , fondata sulla sicurezza alimentare ed ambientale, sulla certificazione di qualità, sulla individuazione dell'origine, e sulla tracciabilità del prodotto, sulla promozione della tipicità e sull'integrazione con gli interventi di valorizzazione ambientale e turistico</p>	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	L'obiettivo specifico è stato declinato per i singoli ambiti. In particolare nell'insieme delle operazioni ad essi collegate sono evidenti gli elementi di integrazione tra le attività economiche, (agricoltura, agroalimentare, turismo). Il potenziamento dell'impresa agricola è altresì fondato sulla sicurezza alimentare ed ambientale, sulla certificazione di qualità, sulla individuazione dell'origine e sulla tracciabilità dei prodotti, sulla promozione della tipicità.
	Adeguata programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	
	Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	
	Sistema di accoglienza rurale capace di attrarre flussi turistici	
	Le attività agroalimentari sono competitive	
	Il reddito degli agricoltori è aumentato	
	La valorizzazione dei dolci e dei prodotti da forno è adeguata	
	Le produzioni ortofrutticole del distretto sono valorizzate	
	La filera cerealicola è organizzata	
	La filera della carne e' organizzata e integrata	
	La filiera apicola è integrata	

Obiettivo	Obiettivi Specifici (Albero degli Obiettivi)	Note
Azioni di accompagnamento allo sviluppo economico, identificare e implementare modelli di gestione dell' area in un'ottica distrettuale	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	Le operazioni di governance attinenti all'obiettivo specifico di progetto sono indirizzate ad identificare e implementare modelli di gestione dell'area di riferimento in ottica distrettuale.
Rafforzare le microfiliera produttive esistenti, attraverso l'adeguamento dei servizi e delle infrastrutture	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	Gli obiettivi specifici di progetto individuati contengono operazioni di rafforzamento delle microfiliera produttive esistenti, intervenendo anche attraverso l'adeguamento dei servizi e delle infrastrutture. intervengono anche aziende territorialmente fuori distretto ma con elementi storico-culturali fortemente legati e importanti nella chiusura della filiera. Altri esterni con forti legami territoriali sono gli ambasciatori del territorio
	Adeguate programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	
	La valorizzazione dei dolci e dei prodotti da forno è adeguata	
	Le produzioni ortofrutticole del distretto sono valorizzate	
	Valorizzazione del settore cerealicolo è adeguata	
	La filiera apicola è integrata	
	Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	
	Valorizzazione degli allevamenti da carne adeguata	
Rafforzare le filiere agroalimentari attraverso un adeguamento dei servizi e delle infrastrutture	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	Gli obiettivi specifici di progetto individuati contengono operazioni di rafforzamento delle filiere agroalimentari, intervenendo anche attraverso l'adeguamento dei servizi e delle infrastrutture
	Le attività agricole agroalimentari sono competitive	
Favorire la multifunzionalità delle aree rurali Valorizzare gli attrattori ambientali e culturali in ottica di integrazione con il sistema di offerta turistica	Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	Gli obiettivi specifici elencati promuovono e favoriscono la multifunzionalità dell'agricoltura, attraverso la vendita diretta dei prodotti, la valorizzazione delle produzioni aziendali cosiddette secondarie, l'implementazione dei servizi di ospitalità rurale, l'erogazione di servizi culturali (fattorie didattiche)
	Sistema di accoglienza capace di attrarre flussi turistici	
	Il reddito degli agricoltori è aumentato	
	Le produzioni ortofrutticole del distretto sono valorizzate	
	Valorizzazione della filiera cerealicola adeguata	
	La gestione delle risorse è efficiente e integrata	Gli obiettivi specifici individuati, attraverso le operazioni ad essi collegate valorizzano gli attrattori ambientali e culturali creando le sufficienti integrazioni con il sistema di offerta turistica.
	Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	
	Sistema di accoglienza capace di attrarre flussi turistici	
	Valorizzazione degli allevamenti da carne adeguata	
	Le attività agricole e agroalimentari sono competitive	
	Adeguate programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	
	Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	

DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA

OBIETTIVO STRATEGICO 1

Capacità di generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia

Gli interventi che si vogliono promuovere intendono valorizzare le produzioni tipiche attraverso la divulgazione sul consumo dei prodotti marchio DOP quali pecorino Romano, Pecorino Sardo, al fine di evidenziare le produzioni dell'allevatore, incentivare la collaborazione tra le imprese nelle fasi di produzione e commercializzazione dei prodotti. Attraverso la formazione del personale dei caseifici, si realizzerà l'adeguamento dell'innovazione di prodotto e l'identificazione delle tipologie di formaggi prodotti da parte dei consumatori. Si intende risolvere il problema della scarsa remunerazione del latte attraverso il consolidamento delle reti, il coinvolgimento del produttore nel miglioramento della qualità del latte (incentivando la collaborazione) e diminuendo i costi di produzione (diminuendo i costi di gestione degli impianti, adeguando le strutture aziendali, diminuendo i costi del trasporto del latte, adeguando le infrastrutture di viabilità e elettrificazione, e diminuendo i costi di approvvigionamento delle materie prime, migliorando gli interventi agronomici nelle aziende zootecniche. L'impresa agropastorale diversifica le sue produzioni ed attua nuovi servizi a carattere culturale e per l'accoglienza: coltivazione e trasformazione di biodiversità (orticole e frutticole), fattorie didattiche, agriturismo, forme di ospitalità rurale, piazzole per camper, valorizzazione delle tradizioni agropastorali (tosatura, ecc.). La multifunzionalità rappresenta anche un'opportunità di far conoscere ai visitatori i luoghi e le tecniche di produzione dei prodotti agricoli e agroalimentari del distretto e non per ultimo saranno consumatori privilegiati delle nostre produzioni.

- Interventi di: ristrutturazione, adeguamento, ampliamento costruzione ex novo di caseifici, stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, sale di mungitura, ricovero macchine ed attrezzi; opera di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale.
- Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale. Si intende promuovere la differenziazione e la diversificazione nella produzione delle aziende agricole incentivando la produzione di beni e servizi.
- Nei caseifici si andrà oltre la produzione di Pecorino Romano verso prodotti freschi, anche attraverso il coinvolgimento degli enti di Ricerca.
- organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati.
- Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo

permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi.

- Creare Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali.
- Strutturare un progetto di educazione alimentare da sottoporre alle amministrazioni pubbliche al fine di portare i prodotti agroalimentari nelle mense collettive
- Realizzazione di un tavolo permanente tra gli operatori del turismo e gli operatori del distretto. Eventi di degustazioni guidate nel sistema HORECA.
- interventi finalizzati all'adeguamento e al potenziamento dell'azienda pastorale, con interventi rivolti alla produzione, all'abbattimento dei costi, al miglioramento del benessere degli animali, alla trasformazione, marketing, tutela e commercializzazione dei prodotti, ricerca nella diversificazione.
- valorizzazione delle produzioni tipiche e marchio del caseificio capofila attraverso l'adeguamento delle strutture di trasformazione, la promozione e la tutela, ma soprattutto creando le opportune integrazioni tra produttori (reti orizzontali) e tra questi e gli operatori del settore della ristorazione e del turismo (reti verticali).
- diversificazione delle produzioni e dei servizi, prioritariamente quelli a carattere sociale, turistico, culturale.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 2

Le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati

L'impresa Agricola diventa promotrice della salvaguardia del territorio e del paesaggio agrario attraverso la collaborazione con gli Enti locali coinvolti.

Le operazioni da attuare:

- Azioni di accompagnamento allo sviluppo rurale;
- Azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere,
- Ricerca nella filiera vitivinicola e olivicola (selezione germoplasma vite/olivo autoctoni).
- Formazione per imprenditori/trici;
- Acquisto servizi di marketing;
- Intermediazione azioni pubblico/private .
- Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e Realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi.
- Creazione dello Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese
- Azioni di animazione sensibilizzazione, informazione del distretto;
- Implementare la cultura della multifunzionalità nelle imprese agricole e negli E.E.L.L.,
- Garantire l'assistenza tecnica alla razionalizzazione ed ammodernamento nei processi produttivi delle produzioni cardine del territorio, implementare la verticalizzazione nelle filiere, favorire la nascita di accordi verticali nella singola filiera, favorire la nascita di accordi orizzontali.
- Gli imprenditori, attraverso adeguata formazione verranno indirizzati verso la vendita diretta, accompagnati nel processo formativo su legislazione, opportunità, certificazione, etichettatura , ect.
- Azioni di accompagnamento allo sviluppo imprenditoriale;
- Interventi volti a potenziare la capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie: orticole, frutticole, allevamenti familiari dei suini, anche con l'utilizzo di energie

alternative.

- Governance del Distretto e raelizzazione di gruppi di lavoro pubblici/privati, esperti, consulenti, al fine di far nascere Gruppi Operativi, Reti di Imprese, per partecipare ai bandi regionali, Nazionali ed Europei

OBIETTIVO STRATEGICO 3

Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate

L'obiettivo è la valorizzazione delle produzioni vitivinicole e olivicole attraverso strumenti di qualificazione e tutela del prodotto, la realizzazione di reti di filiera orizzontale e verticale.

La valorizzazione passa anche attraverso l'aumento della produzione di vini e olio imbottigliati e la valorizzazione delle produzioni, attraverso la crescita di interesse alla ricerca sui vitigni, varietà olivicole autoctone, la realizzazione di campi catalogo. l'adeguamento dei locali e degli impianti, la qualificazione del personale impegnato nelle varie fasi della filiera

Le Operazioni da attuare:

- Progetto di ricerca inerente la "valorizzazione biodiversità";
- I vivai verranno sollecitati a produrre materiale di propagazione autoctona, anche attraverso "contratti di produzione"
- Interventi diretti o all'adeguamento, alla ristrutturazione, all'ampliamento, di laboratori produzione olio, e cantine
- Attraverso la collaborazione tra olivicoltori per la conduzione degli olivetti e all'aumento di propensione al reimpianto.
- Attraverso la collaborazione tra viticoltori per la conduzione dei vigneti e all'aumento di propensione al reimpianto.
- Ammodernamento di macchine e attrezzature, sostenere impianti di energia rinnovabili, creare reti e sinergie per acquisti delle materie prime e consulenze.

OBIETTIVO STRATEGICO 4

La filiera cerealicola è valorizzata

L'obiettivo è quello di valorizzare la filiera cerealicola, oggi inesistente, ove a partire dall'agricoltore che dovrà organizzarsi nell'approvvigionamento collettivo delle materie prime necessarie per la coltivazione (concimi, sementi, fitofarmaci, altri mezzi tecnici, servizi, ect) al fine di costituire reti che vedono anche il mugnaio come secondo interlocutore per la produzione delle farine/semole, inoltre nella filiera non possono certamente mancare I panificatori e I produttori di dolci che dovranno essere organizzati per fornire il paniere dei prodotti cerealicoli.

L'azione ha il fine quindi di creare una rete in grado di gestire una logistica in entrata (materie prime per la coltivazione) e in uscita per la commercializzazione dei prodotti da forno.

Le azioni da intraprendere sono pertanto:

- Creare reti tra agricoltori, mugnai e panificatori e realizzare il tavolo permanente della filiera;
- Organizzare la logistica per l'acquisto dei fattori della produzione (concimi, sementi, ect) e per la commercializzazione dei prodotti intermedi e finiti;
- Sostenere le energie rinnovabili e una moderna meccanizzazione al fine di diminuire i costi di produzione.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 5

Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate

Si intende valorizzare le produzioni ortofrutticole locali tramite un processo di offerta aggregata. I prodotti ortofrutticoli e le biodiversità sono riconosciuti dal consumatore attraverso azioni di promozione e marketing.

Operazioni da attuare:

- Creare reti e realizzare il tavolo permanente della filiera ortofrutticola del distretto;
- Produrre prodotti di qualità adeguate alle esigenze della GDO, con packaging adeguato e certificazione di residui zero.
- Realizzazione di disciplinari di produzione;
- Creare programmi informatici per la gestione delle colture (anche collegati alle stazioni meteo) e delle programmazione di semina/impianto/raccolta.
- Investimenti aziendali inerenti: impianti di varietà frutticole e orticole anche autoctone;
- Opere di approvvigionamento adduzione e distribuzione idrica;
- Opere per l'utilizzo di energie rinnovabili. Locali per lo stoccaggio e per il primo trattamento dei prodotti
- Orientare attraverso la formazione e informazione le produzioni ortofrutticole del distretto ad un sistema di coltivazione BIO/INTEGRATO
- Creare sinergie e collaborazioni con enti di ricerca e assistenza tecnica qualificata. Formazione e aggiornamennto professionale
- Interventi per la valorizzazione e tutela delle biodiversità che consistono: laboratorio per la ricerca e la conservazione del germoplasma vegetale biodiverso.
- Creazione di un campo catalogo della biodiversità;
- Azioni di divulgazione delle conoscenze della biodiversità.
- La distribuzione dei prodotti sarà strutturata, con l'obiettivo di programmare l'offerta e adeguarla all'esigenza di mercato e per superare la frammentazione aziendale, attraverso l'organizzazione dei produttori, l'aumento delle competenze nella commercializzazione e nella vendita diretta e l'adeguamento degli impianti di primo confezionamento dei prodotti.
- Investimenti aziendali inerenti: impianti di varietà frutticole e orticole anche autoctone;
- Adeguamento delle strutture di trasformazione, la cooperazione tra gli operatori di filiera, e accordi tra i produttori e i trasformatori dei prodotti.
- Costruzione ex novo di piccoli stabilimenti per la trasformazione delle produzioni orticole e frutticole;
- Acquisto di servizi reali per la certificazione, tracciabilità e packaging dei prodotti

- Formazione degli addetti

OBIETTIVO STRATEGICO N. 6

La filiera apicola è integrata nel sistema

Nel territorio di riferimento si lamenta una produzione carente di miele, una poca integrazione con gli operatori che producono i dolci e la mancanza di strategia di valorizzazione del miele locale che molto spesso viene svenduto. Inoltre dall'analisi SWOT si evidenzia una frammentazione produttiva, con piccole aziende che non riescono a collaborare tra loro.

Le operazioni da attuare

- Creazione di reti tra produttori e tra produttori e artigiani dolciari
- Interventi per la razionalizzazione del nomadismo;
- Acquisto mezzi di trasporto arnie;
- Costruzione e adeguamento laboratori per la raccolta e confezionamento del miele;
- Acquisto attrezzature per trasformare il miele in dolci.
- Operazioni di certificazione e marketing.
- Realizzazione di nuove aziende apistiche con acquisto di arnie e attrezzature.
- Adeguamento delle aziende esistenti.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 7

Gli allevamenti da carne sono valorizzati

Come su esposto la presenza di produzioni di carne, con particolare riferimento all'agnello IGP di Sardegna, rappresenta uno dei principali punti di forza del distretto agroalimentare, così come la presenza degli allevamenti suini, in forte sofferenza per la presenza della peste suina africana, non dimentichiamo che la struttura produttiva degli allevatori del distretto molto spesso è promiscua con allevamenti di varie specie (ovicaprini, bovini, suini) all'interno della propria azienda. Molto spesso come si evince dall'analisi dei problemi, gli allevatori non sono organizzati e molto spesso in balia degli acquirenti. Per la valorizzazione del settore la strategia del distretto si basa sull'organizzazione produttiva primaria, ancora inefficiente, sino alla promozione di un prodotto che deve per essere valorizzato, commercializzato dopo una precisa azione di marketing/comunicazione al fine di evidenziare soprattutto l'alimentazione al pascolo degli animali, molto diffusa nel territorio del distretto e sinonimo di qualità.

Le Operazioni pertanto saranno:

- Creazione delle reti dei produttori
- Azioni per l'integrazione fra i produttori (reti orizzontali) e fra questi e gli operatori commerciali, della trasformazione, del turismo rurale (reti verticali);
- Interventi di ristrutturazione, adeguamento, ampliamento, costruzione ex novo di stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, , ricovero macchine ed attrezzi; opere di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'

alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale.

- Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.
- Realizzazione di sistemi in Plain Air (all'aperto), realizzazione di doppia recinzione negli allevamenti suinicoli, al fine di regolarizzare al Piano regionale di eradicazione della peste suina africana e al fine di ottenere carni suine di qualità (al pascolo semibrado);
- Le produzioni agroalimentari, con particolare riferimento alle carni, sono organizzate per la vendita diretta negli spacci aziendali, nei mercati contadini, nelle mense scolastiche, nelle mense collettive, nel sistema HORECA regionale. Il sistema logistico verrà organizzato all'interno di una struttura presente nell'area del distretto.

OBIETTIVO STRATEGICO N. 8

La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata

Con la nascita del modello di identificazione di un Distretto Agroalimentare si intende sviluppare un sistema produttivo locale integrato, creando quindi reti di imprese che operino efficacemente nel territorio. Attraverso questo processo si intende incentivare un modello concertativo ove i produttori sono coordinati per la costituzione di reti di imprese, creare il progetto della logistica dei prodotti agroalimentari, il packaging, la commercializzazione e il marketing territoriale. Le azioni di Marketing territoriale incentivate dai soggetti del Distretto favoriscono la promozione del territorio e dei prodotti agroalimentari e con la creazione di un marchio si garantisce la tutela delle produzioni tipiche.

L'istituzione del Distretto Agroalimentare di qualità come nuovo modello organizzativo per la pianificazione delle risorse territoriali, in grado di attivare forme di governance locale adeguate alla risoluzione di problemi socio economici, di garantire la concertazione e il coordinamento nell'assunzione delle decisioni, di favorire l'organizzazione del tessuto produttivo, consentendogli una reale partecipazione nei processi decisionali.

La strategia prevede la creazione di una Cabina di regia con compiti di coordinamento e di accompagnamento allo sviluppo rurale (composta da soggetti istituzionali, rappresentanze delle imprese e della società civile), da un Comitato tecnico scientifico (costituito da esperti provenienti dagli Enti di ricerca, Enti pubblici o agenzie con competenze nel campo dello sviluppo rurale, economico, locale), dal Partenariato di progetto con le sue articolazioni (tavoli di filiera e tavolo istituzionale) e da una struttura tecnico operativa di supporto.

Operazioni

- Azioni di Governance del Distretto: implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi.
- Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali.
- Azioni di animazione, sensibilizzazione, informazione.
- Azioni di assistenza tecnica alle filiere produttive e alle azioni pubbliche.
- Azioni a favore della certificazione delle imprese, del territorio, dei beni e servizi prodotti.
- Azioni di marketing e di promozione territoriale, dei beni e dei servizi prodotti.
- Creazioni di reti orizzontali e verticali.

- Azioni di accompagnamento allo sviluppo di impresa;
- Azioni di ricerca nelle filiere vitivinicola e olivicola, ortofrutticola, carni, lattiero casearia e miele.
- Formazione per imprenditori/trici;
- Creare una logistica centralizzata sia in entrata (per acquisti collettivi) che in uscita (per la commercializzazione).

Di seguito, sulla base degli obiettivi strategici, si riporta la tabella degli “INDICATORI DI RISULTATO”

DEFINIZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO

OBIETTIVO GENERALE	OBIETTIVO OPERATIVO	OBIETTIVI SPECIFICI	INDICATORI DI REALIZZAZIONE	TARGET
Le produzioni agroalimentari del distretto eccellenze agroalimentare e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna sono adeguatamente valorizzate	Obiettivo n. 1 Capacità di generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia	1.1 Adeguata programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	Imprese che aderiscono ad azioni di ricerca sui prodotti Numero di nuovi prodotti individuati	a) Numero di imprese che aderiscono ad azioni di ricerca almeno pari a 10% del tavolo di filiera b) Nuove tipologie di prodotto sul mercato pari almeno a 3
		1.2 Il reddito degli operatori della filiera e' aumentato	a) incremento del reddito procapite agricolo dell'area di riferimento	a) incremento di almeno il 5 % annuo del reddito procapite degli aderenti al distretto
		1.3 Differenziazione nella produzione di beni e servizi	a) imprese che realizzano attività multifunzionali	n. di imprese che effettuano attività multifunzionali pari ad almeno il 10%
		1.4 Capacità di promozione del territorio e dei suoi prodotti agroalimentari	a) realizzazione del piano di marketing territoriale	n. 1 piano di marketing
		1.5 Concertazione nell'assunzione delle decisioni	a) Tavolo permanente di governance b) tavolo tecnico scientifico	a) N di partecipanti al tavolo di filiera pari ad almeno il 70% dei soci b) costituzione di n. 1 tavolo tecnico scientifico
		1.6 Normativa adeguata (PSR)		
		1.7 Soddisfacente promozione dei formaggi del distretto; I trasformatori partecipano assiduamente alle fiere e organizzano la filiera corta	Creazione del marchio del distretto partecipazione a fiere ed eventi	a) Creazione di n. 1 marchio del distretto b) partecipazione ad almeno n. 5 eventi annui
		1.8 Presenza del formaggio del distretto nelle mense scolastiche e comunitarie regionali	Creazione di tavolo istituzionali sul consumo a km 0	n. di Partecipazione di enti locali al tavolo di almeno n. 3
		1.9 Adeguata promozione dei formaggi del distretto	Marchio piano di marketing	a) creazione di un marchio di distretto b) realizzazione del piano di marketing (1)
	1.10 I ristoratori locali e della Sardegna propongono i formaggi del distretto eccellenze agroalimentare	Costituzione di reti	a) partecipazione di almeno 10 operatori della ristorazione e n. 10 imprese agricole e agroalimentari alla rete	
	Obiettivo n. 2 le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	2.1 Adeguata collaborazione tra impresa agricola ed Enti locali per la salvaguardia del territorio rurale	Tavolo istituzionale	Partecipazione di almeno 20 imprese ai tavoli istituzionali
		2.2 Sufficienti conoscenze degli operatori agricoli in materia di competenze attribuite dalla Legge (228/2001)	Numero interventi formativi sulla Dlgs. 228/2001 proposti (seminari, convegni)	Numero iniziative di formazione realizzate pari almeno 4 (Nel medio periodo i)
		2.3 Adequate capacità dell'impresa agricole ad implementare la vendita diretta dei prodotti	Numeri interventi formativi sulla vendita diretta	n. 3 spacci aziendali almeno il 50% delle aziende svolge attività di vendita diretta
		2.4 Adeguata capacità dell'impresa agricola ad innovarsi nell'ottica di offrire al mercato servizi a carattere turistico, didattico, sociale e culturale	Corsi di formazione per operatore agrituristico, operatore di fattoria didattica e 7o operatore di fattoria sociale	b) n. 2 nuove aziende agrituristiche n. 2 nuove aziende di fattoria didattica n. 1 nuova azienda di agricoltura sociale a) partecipazione di almeno 5 aziende ai corsi di formazione sulla multifunzionalità
		2.5 Sufficiente capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie	Corsi di formazione per la valorizzazione delle piccole produzioni e dei sottoprodotti aziendali	a) partecipazione di almeno 5 aziende ai corsi di formazione B) creazione di almeno n. 1 progetto per la valorizzazione delle produzioni

				secondarie	
		2.6 Generare opportunità per far ottenere sufficienti risorse per investimenti atti ad abbassare i costi di produzione	Partecipazione ai bandi	Predisposizione di n. 1 fascicolo di progetto per la partecipazione ad almeno 1 bando ministeriale o regionale o europeo	
Obiettivo 3 Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	Obiettivo 3 Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	3.1 Qualificazione e certificazione delle produzioni	a) Numero aziende che si certificano.	a) Numero di aziende che si certificano almeno pari a 2	
		3.2 I vivai producono materiale di propagazione autoctono	Contratto di coltivazione con il vivaio	Raelizzazione di almeno un contratto di coltivazione con un vivaio specializzato	
		3.3 Presenza di idonei impianti di trasformazione	n. di aziende che attivano impianti di tarsformazione	Aziende che attivano impianti di trasformazione pari a 2	
		3.4 Costi di produzione sostenibili	a) Aziende che realizzano investimenti al fine di diminuire I costi di produzione b) creazione della logistica per l'acquisto collettivo dei mezzi di produzione	a) Aziende che realizzano investimenti al fine di diminuire I costi di produzione pari ad almeno 3 b) creazione di N. 1 struttura di logistica per l'acquisto collettivo dei mezzi di produzione	
	Obiettivo 3 Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	Obiettivo 3 Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	4.1 I costi di produzione del grano sono sostenibili	Aziende che realizzano investimenti al fine di diminuire I costi di produzione b) creazione della logistica per l'acquisto collettivo dei mezzi di produzione	Aziende che realizzano investimenti al fine di diminuire I costi di produzione pari ad almeno 3 b) creazione di N.1 struttura di logistica per l'acquisto collettivo dei mezzi di produzione
			4.2 La filiera cerealicola è organizzata per le esigenze dei cerealicoltori	a) Creazione di reti b) Tavolo di filiera	a) Creazione di almeno n. 1 rete di cooperazione tra mugnai e cerealicoltori b) craezione del tavolo di filiera istituzionale ove aprtecipano almeno il 90% degli opeartori di filiera cerealicola
			4.3 I contratti di filiera riconoscono un prezzo adeguato del grano	Creazione della rete/tavolo di filiera	a) Realizzazione del tavolo di filiera con la partecipazione di almeno il 90% degli operatori soci del distretto b) Creazione di una rete di cooperazione
			4.4 Panificatori e cerealicoltori collaborano tra loro	Creazione della rete/tavolo	a) Realizzazione del tavolo di filiera con la partecipazione di almeno il 90% degli operatori soci del distretto b) Creazione di una rete di cooperazione
			Obiettivo n. 5 Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate	Obiettivo n. 5 Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate	5.1 Le produzioni ortofrutticole dei piccoli produttori sono adeguate alle esigenze della GDO
	Obiettivo n. 5 Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate	Obiettivo n. 5 Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate	5.2 La tracciabilità delle produzioni dei piccoli produttori ortofrutticoli è adeguata e i piccoli produttori ortofrutticoli conoscono le tecnologie informatiche per la tracciabilità delle produzioni	a) Numero aziende che si certificano.	a) Numero di aziende che si certificano almeno pari a 2
			5.3 Gli operatori della filiera ortofrutticola collaborano per pianificare/programmare	a) Numero di azioni di rete proposte (tavoli di filiera, marchi, marketing territoriale, ricerca, certificazione, sportello	a) Numero di azioni di rete proposte (tavoli di filiera, marchi, marketing territoriale, ricerca, certificazione, sportello unico per le imprese) pari ad almeno 3

		le produzioni	unico per le imprese) b) Numero di aziende beneficiarie di azioni di rete	b) Numero di aziende beneficiarie di azioni di rete pari ad almeno 5
		5.4 Gli operatori ortofrutticoli conoscono le nuove tecniche di produzione sostenibili, le tecniche di coltivazione e le opportunità delle coltivazioni BIO e in integrato	Addetti formati nella produzioni agricole ecostenibili	Almeno il 10% delle imprese converte la produzione in BIO e/o integrato
		5.5 Le imprese ortofrutticole accedono alle nuove tecnologie per la gestione delle coltivazioni e alle innovazioni in genere	Aziende che accedono alle nuove tecnologie	Aziende che accedono alle nuove tecnologie almeno pari a n. 3
	Obiettivo n. 6 La filiera apicola è integrata nel sistema produttivo locale	6.1 Raccolta, lavorazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti apicoli aumentata	a) Numero di azioni di rete proposte (tavoli di filiera, marchi, marketing territoriale, ricerca, certificazione, sportello unico per le imprese) b) Numero di aziende beneficiarie di azioni di rete	a) Numero di azioni di rete proposte (tavoli di filiera, marchi, marketing territoriale, ricerca, certificazione, sportello unico per le imprese) pari a 5 b) Numero di aziende beneficiarie di azioni di rete pari a 5
		6.2 Presenza di adeguate strutture aziendali	a) Numero di interventi strutturali aziendali e consortili b) Numero di imprese e consorzi coinvolti	a) Numero interventi realizzati pari a 3 b) Numero di imprese e consorzi coinvolti almeno pari a 3
		6.3 Il miele sardo prodotto nel distretto è valorizzato	a) Numero imprese aderenti al piano di marketing b) Numero di laboratori realizzati o adeguati	a) Numero si imprese aderenti al piano pari almeno al 90% del tavolo b) Numero laboratori realizzati o adeguati pari almeno a 4
	Obiettivo n. 7 Gli allevamenti da carne sono valorizzati	7.1 Soddisfacente integrazione delle imprese di trasformazione e commercializzazione con quelle del turismo rurale	a) Creazione rete /tavolo di filiera b) organizzazione eventi	a) Realizzazione del tavolo di filiera composto da almeno 5 operatori del turismo rurale e da almeno 5 operatori della trasformazione b) organizzazione di almeno 3 eventi con il sistema HORECA e con il turismo rurale
		7.2 Le strutture aziendali sono adeguate	a) Numero di interventi strutturali aziendali b) Numero di imprese coinvolte	a) Numero interventi realizzati pari a 3 b) Numero di imprese e consorzi coinvolti almeno pari a 3
		7.3 le imprese sono organizzate e vengono gestite con sistemi che controllano la Peste Suina Africana	Aziende che operano con il sistema plain air	N. aziende che gestiscono gli allevamenti suini in plain air almeno pari a 3
		7.4 La filiera corta della carne è strutturata nel territorio	Creazione della rete di filiera	Tavolo di filiera composto da almeno 20 tra operatori, trasformatori e commercializzatori Creazione di n. 1 rete di filiera
	Obiettivo n. 8 La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata	8.1 Tessuto produttivo è organizzato	a) Numero di azioni di rete proposte (tavoli di filiera, marchi, marketing territoriale, ricerca, certificazione, sportello unico per le imprese); b) Numero di aziende beneficiarie di azioni di rete	a) Numero di azioni di rete realizzate pari ad almeno 20 b) Numero di aziende beneficiarie di azioni di rete pari al 90% delle proponenti

LE SCHEDE QUANTI/QUALIFICATIVE DEI PORTATORI D'INTERESSE

Come riportato nella relazione allegata al riconoscimento del distretto, le schede complessive validate risultano essere 59. Per poter costruire la strategia di distretto e, ancor prima, analizzare i bisogni e gli obiettivi dei singoli portatori di interesse è stato necessario riesaminare le schede e, stante le limitazioni COVID, eseguire interviste telefoniche dei singoli portatori di interesse che hanno presentato la scheda.

Attraverso una intervista Telefonica sono stati posti i seguenti quesiti:

- 1) Comparto produttivo prevalente;
- 2) Altre attività "secondarie" esercitate;
- 3) Quali sono i principali problemi;
- 4) Quali sono gli obiettivi futuri;

A tale indagine hanno risposto tutti i 59 portatori di interesse che avevano inoltrato la scheda di indagine aziendale.

Tutte le schede contengono investimenti sulla produzione primaria, sulla trasformazione e commercializzazione, sulla logistica, sulle azioni di Sistema quale marketing, promozione, ricerca e formazione, perfettamente allineati alla strategia di distretto. L'importo complessivo degli investimenti è di € 75.197.341,00.

Di seguito si riporta l'elenco delle schede e i comparti (filieri) più importanti sul quale operano le imprese. Si evidenzia che sulla colonna "ALTRO" si intende settore logistica, turismo, e micro filiere non contemplate nelle altre riportate o con produzione limitata o per consumi familiari.

ELENCO DELLE SCHEDE REVISIONATE E ALLINEATE

N° SCHEDA	DENOMINAZIONE	OVICAPRINO	BOVINO	SUINO	VITIVINICOLO	OLIVICOLO	CEREALICOLO	APISTICO	ALTRO	IMPORTO INVESTIMENTO
1	Organizzazione Produttori UNIONE PASTORI SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	X								4.980.000
2	ATZENI ROMEO	X				X			X	704.600,00
3	SOCIETA' AGRICOLA SA CONTONERA DI LUCIA E STEFANO CORRIAS	X					X		X	246.400,00
4	SOCIETA' AGRICOLA FUMIA S.S	X					X	X		220.000,00
5	DEMONTIS ANTONIO GIUSEPPE	X	X				X			1.096.150,00
6	AZIENDA AGRICOLA SOI PIERFRANCESCO	X	X	X			X			545.500,00
7	MELIS ANTIOCO IGNAZIO	X	X			X	X			800.000,00
8	USAI FRANCESCO	X					X		X	1.383.750,00
9	AZIENDA AGRICOLA VILLA D'ORRI DI MANCA WILLIAM	X					X		X	3.797.000,00
10	GIOVANNI PITZALIS	X					X		X	1.370.000,00
11	SOCIETA SEMPLICE P.M.	X			X		X		X	1.450.000,00
12	SOCIETA' AGRICOLA CORRIAS MICHELE E FRANCESCO	X					X			1.380.000,00
13	SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA LAI E FIGLIE	X					X			885.000,00
14	SALVATORE MELIS	X					X			726.650,00
15	SANNA BARBARA	X					X			529.500,00
16	ARGIOLAS GIORGIO	X					X	X		815.000,00

N° SCHEDA	DENOMINAZIONE	OVICAPRINO	BOVINO	SUINO	VITIVINICOLO	OLIVICOLO	CEREALICOLO	APISTICO	ALTRO	IMPORTO INVESTIMENTO
17	SA TIRIA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA	X							X	1.819.750,00
18	LIGAS ANTONELLO	X		X		X	X			445.120,00
19	MULAS NICOLA	X					X	X		1.420.000,00
20	CANCEDDA PASQUALE- CANCEDDA ANDREA	X					X			705.000,00
21	DOMU ANTIGA DI LAI ARNALDO								X	347.000,00
22	MARCELLO SIRIGU	X							X	460.000,00
23	SOCIETA' AGRICOLA MASONE E MORU SAS DI DEMONTIS	X	X				X		X	1.600.000,00
24	ELIA MURGIA	X								873.000,00
25	DEMONTIS FABRIZIO	X	X				X	X	X	839.000,00
26	I.M.E.T. DI ATZENI DANILO								X	3.242.460,80
27	FREE JOB								X	469.000,00
28	PREMIER EVENT SRL							X	X	1.244.400,00
29	AISARA SOCIETA' AGRICOLA SEMPLICE	X	X		X		X		X	2.396.025,00
30	MURGIA MARCO	X		X				X		708.000,00
31	MARCIALIS ALESSANDRO	X					X			606.000,00
32	MARCIALIS CARLO	X					X			725.000,00
33	ANTO S.R.L.S								X	1.289.000,00
34	INTRAPRENDERE DUE S.R.L.S					X			X	790.000,00
35	MARCIALIS LUCIO								X	800.000,00
36	SARDEGNA INNO PARK								X	2.437.000,00
37	DIMORE ESCLUSIVE MANAGEMENT & TURISMO SRL								X	1.563.100,00
38	PIRAS ENRICO	X			X				X	1.785.200,00
39	PALA ANTONIO E FAMIGLIA								X	758.290,00
40	SOCIETA' SEMPLICE SORO & SORO	X						X	X	360.000,00
41	FOLLESA SILVIA	X					X			846.850,00
42	DEIDDA ERMINIO	X					X		X	612.000,00
43	CAU RAIMONDO	X					X		X	2.365.000,00
44	NATURAL CONCEPT					X			X	1.563.000,00
45	FUTURE CONCEPT								X	790.000,00
46	VENTO DI FORTUNA								X	1.289.000,00
47	ASUSA	X	X				X	X	X	1.365.094,95
48	MULLANO	X					X			310.000,00
49	SOI	X			X		X		X	545.500,00
50	MELIS ANTIOCO	X					X		X	800.000,00
51	PODDA ROBERTO	X					X		X	1.146.000,00
52	SERRA DE OMMU	X				X	X		X	3.900.000,00
53	COSSU ANTONIO	X					X		X	783.000,00
54	USALA SAMUELE	X	X	X			X		X	990.000,00
55	VALERIA E GIOVANNI MURGIA	X					X		X	2.010.000,00
56	PISANU GIANLUCA	X		X			X		X	780.000,00
57	DEMONTIS MICHELA	X	X	X			X		X	2.550.000,00
58	ATZENI MASSIMO	X		X			X		X	585.000,00
59	GREGU STEFANO	X					X		X	3.355.000,00
TOTALE COMPLESSIVO										75.197.341,00

POSSIBILI STRUMENTI FINANZIARI A SUPPORTO DELLA STRATEGIA DEL DISTRETTO:

OBIETTIVO OPERATIVO	OBIETTIVI SPECIFICI	INTERVENTI AZIENDALI	FONTI DI FINANZIAMENTO
Obiettivo n. 1 Capacità di generare reddito soddisfacente per gli operatori della filiera lattiero casearia	1.1 Adeguata programmazione e diversificazione delle produzioni casearie	Si va oltre la produzione di Pecorino Romano verso prodotti freschi, anche attraverso il coinvolgimento degli enti di Ricerca	Mis. 16,2 PSR 2014/2020 Mis. Ex 16,2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.2 il reddito degli operatori della filiera e' aumentato	Interventi di ristrutturazione, adeguamento, ampliamento, costruzione ex novo di stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, sale di mungitura, ricovero macchine ed attrezzi; opere di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale. Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.	Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.3 PSR 2022/2027 ex Mis. 4.3 Nuova programmazione PSR LR n. 15 – LR n. 51 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.3 Differenziazione nella produzione di beni e servizi	L'impresa agropastorale diversifica le sue produzioni ed attua nuovi servizi a carattere culturale e per l'accoglienza: coltivazione e trasformazione di biodiversità, fattorie didattiche, agriturismo, forme di ospitalità rurale, piazzole per camper, valorizzazione delle tradizioni agropastorali (tosatura, ecc.), agricoltura sociale con il coinvolgimento del terzo settore.	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.4 Capacità di promozione del territorio e dei suoi prodotti agroalimentari	Le operazioni insistono a organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati.	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis. 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis. 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.5 Concertazione nell'assunzione delle decisioni	Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali.	Fondi RAS Partnernariato distretto Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.6 Normativa adeguata (PSR)	Trattasi di obiettivo strategico da attuarsi a cura dell'Amministrazione Regionale.	RAS
	1.7 Soddisfacente promozione dei formaggi del distretto; I trasformatori partecipano assiduamente alle fiere e organizzano la filiera corta	Le operazioni insistono a organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati.	Mis. 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis. 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.8 Presenza del formaggio del distretto nelle mense scolastiche e comunitarie regionali	Strutturare un progetto di educazione alimentare da sottoporre alle amministrazioni pubbliche al fine di portare i prodotti agroalimentari nelle mense collettive	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR
	1.9 Adeguata promozione dei formaggi del distretto	Le operazioni insistono a organizzare la vendita e l'esposizione, interventi per il miglioramento del packaging, interventi di marketing e certificazione, di prodotto e di processo. Organizzare visite guidate nei luoghi di produzione. Incontare il sistema HORECA attraverso incontri programmati	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis. 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis. 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo

			Contratti di Filiera Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis, 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 Ex Mis, 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	1.10 I ristoratori locali e della Sardegna propongono I formaggi del distretto eccellenze agroalimentare	Realizzazione di un tavolo permanente tra gli operatori del turismo e il Distretto. Eventi di degustazioni guidate nel sistema HORECA	
Obiettivo n. 2 le funzioni e i servizi erogati dall'impresa agricola sono differenziati e diversificati	2.1 Adeguata collaborazione tra impresa agricola ed Enti locali per la salvaguardia del territorio rurale	Azioni di accompagnamento allo sviluppo rurale: azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere, ricerca nella filiera vitivinicola e olivicola (selezione germoplasma vite/olivo autoctoni). Formazione per imprenditori/trici; acquisto servizi di marketing; intermediazione azioni pubblico/private . Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese Azioni di animazione sensibilizzazione, informazione del distretto;	Fondo Sociale Europeo Mis. 1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 1 PSR 2020/2024 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	2.2 Sufficienti conoscenze degli operatori agricoli in materia di competenze attribuite dalla Legge (228/2001)	Implementare la cultura della multifunzionalità nelle imprese agricole e negli E.E.L.L., garantire l'assistenza tecnica alla razionalizzazione ed ammodernamento nei processi produttivi delle produzioni cardine del territorio, implementare la verticalizzazione nelle filiere, favorire la nascita di accordi verticali nella singola filiera, favorire la nascita di accordi orizzontali.	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis, 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis, 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR Fondo Sociale Europeo Mis. 1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 1 Nuova programmazione PSR Mis. 6.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.2 PSR 2014/2024 Mis.6.4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 6.4.1Nuova programmazione PSR Mis. 6.4.2 PSR 2014/2020 Ex 6.4.2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	2.3 Adeguate capacità dell'impresa agricole ad implementare la vendita diretta dei prodotti	Gli imprenditori, attraverso adeguata formazione verranno indirizzati verso la vendita diretta, accompagnati nel processo formativo su legislazione, opportunità, certificazione, etichettatura , ect.	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis, 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis, 3.1.-3.2Nuova programmazione PSR Fondo Sociale Europeo Mis. 1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 1 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	2.4 Adeguata capacità dell'impresa agricola ad innovarsi nell'ottica di offrire al mercato servizi a carattere turistico, didattico, sociale e culturale	Azioni di accompagnamento allo sviluppo imprenditoriale: azioni di assistenza tecnica alle filiere e microfiliere, formazione per imprenditori/trici; acquisto servizi di marketing; intermediazione azioni pubblico/private . Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali. Azioni di animazione sensibilizzazione, informazione del distretto;	Fondo Sociale Europeo Mis. 1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 1 Nuova programmazione PSR Mis. 6.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 6.2 Nuova programmazione PSR Mis.6.4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 6.4.1Nuova programmazione PSR Mis. 6.4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 6.4.2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	2.5 Sufficiente capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie	Interventi volti a potenziare la capacità dell'impresa agricola a valorizzare le così dette produzioni secondarie: orticole, frutticole, allevamenti familiari dei suini, anche con l'utilizzo di energie alternative.	Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.3 PSR 2022/2027 ex Mis. 4.3 Nuova programmazione PSR LR n. 15 – LR n. 51 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	2.6 Generare opportunità per far	Governance del Distretto e realizzazione di gruppi di lavoro pubblici/privati, esperti, consulenti, al	Mis. 16.1 PSR 2014/2020 EX MIS. 16,1 Nuova programmazione PSR

	ottenere sufficienti risorse per investimenti atti ad abbassare i costi di produzione	fine di far nascere Gruppi Operativi, Reti di Imprese, per partecipare ai bandi regionali, Nazionali ed Europei	Mis. 16 EX MIS. 16 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
Obiettivo 3 Le produzioni vitivinicole e olivicole sono valorizzate	3.1 Qualificazione e certificazione delle produzioni	Progetto di ricerca inerente le "biodiversità"	Mis. 16.2 PSR 2014/2020 EX Mis. 16,2 Nuova programmazione PSR Mis. 16.5 PSR 2014/2020 EX Mis. 16.5 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	3.2 I vivai producono materiale di propagazione autoctono	I vivai vengono sollecitati a produrre piante certificate con le biodiversità del territorio	Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR
	3.3 Presenza di idonei impianti di trasformazione	Adeguamento, ampliamento e costruzione ex novo degli stabilimenti per la trasformazione	Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR LR n. 15 – L.R. n. 51 OCM Vino (Regolamento (CE) n° 1493/1999 del Consiglio del 17 maggio 1999
	3.4 Costi di produzione sostenibili	Ammodernamento di macchine e attrezzature, sostenere impianti di energia rinnovabili, creare reti e sinergie per acquisti delle materie prime e consulenze.	Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.3 PSR 2022/2027 Ex Mis. 4.3 Nuova programmazione PSR Piani integrati di Filiera OCM Vino (Regolamento (CE) n° 1493/1999 del Consiglio del 17 maggio 1999
Obiettivo 4 La filiera cerealicola è valorizzata	4.1 I costi di produzione del grano sono sostenibili	Creare reti, organizzare la logistica per l'acquisto dei fattori della produzione (concimi, sementi, ect), sostenere le energie rinnovabili e una moderna meccanizzazione	Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.3 PSR 2014/2020 ex Mis. 4.3 Nuova programmazione PSR LR n. 15 – LR n. 51 Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera
	4.2 La filiera cerealicola è organizzata per le esigenze dei cerealicoltori	Organizzazione presso il Distretto della logistica (in entrata) per l'approvvigionamento delle sementi e dei mezzi tecnici)	LR n. 15 – LR n. 51 Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR
	4.3 I contratti di filiera riconoscono un prezzo adeguato del grano	Creare reti e realizzare il tavolo permanente della filiera	Piani Integrati di Filiera (PIF) Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR LR n. 15 – LR n. 51
	4.4 Panificatori e cerealicoltori collaborano tra loro	Creare reti e realizzare il tavolo permanente della filiera	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Piani Integrati di Filiera (PIF)
Obiettivo n. 5 Le produzioni ortofrutticole sono valorizzate	5.1 Le produzioni ortofrutticole dei piccoli produttori sono adeguate alle esigenze della GDO	Produrre prodotti di qualità adeguate alle esigenze della GDO, con packaging adeguato e certificazione di residui zero.	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis. 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR
	5.2 La tracciabilità delle produzioni dei piccoli produttori ortofrutticoli è adeguata e i piccoli produttori ortofrutticoli conoscono le tecnologie informatiche per la tracciabilità delle produzioni	Realizzazione di disciplinari di produzione, creare programmi informatici per la gestione delle colture e delle programmazione di semina/impianto/raccolta.	Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis. 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR Mis. 16.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione
		Investimenti aziendali inerenti: impianti di	Mis. 4.1 PSR 2014/2020

	<p>5.3 Gli operatori della filiera ortofrutticola collaborano per pianificare/programmare le produzioni</p>	<p>varietà frutticole e orticole anche autoctone; opere di approvvigionamento adduzione e distribuzione idrica. Opere per l'utilizzo di energie rinnovabili. Locali per lo stoccaggio e per il primo trattamento dei prodotti Acquisto di macchinari per la lavorazione, raccolta e primo trattamento</p>	<p>Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.3 PSR 2022/2027 ex Mis. 4.3 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
	<p>5.4 Gli operatori ortofrutticoli conoscono le nuove tecniche di produzione sostenibili, le tecniche di coltivazione e le opportunità delle coltivazioni BIO e in integrato</p>	<p>Orientare attraverso la formazione informazione le produzioni ortofrutticole del distretto ad un sistema di coltivazione BIO/INTEGRATO -</p>	<p>Fondo Sociale Europeo Mis. 1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 1 Nuova programmazione PSR Mis, 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis, 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR</p>
	<p>5.5 Le imprese ortofrutticole accedono alle nuove tecnologie per la gestione delle coltivazioni e alle innovazioni in genere</p>	<p>Creare sinergie e collaborazioni con enti di ricerca e assistenza tecnica qualificata. Formazione e aggiornamento professionale</p>	<p>Fondo Sociale Europeo Mis. 1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 1 Nuova programmazione PSR Mis. 16.2 PSR 2014/2020 EX MIS. 16.2 Nuova programmazione PSR</p>
<p>Obiettivo n. 6 La filiera apicola è integrata nel sistema produttivo locale</p>	<p>6.1 Raccolta, lavorazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti apicoli aumentata</p>	<p>Interventi per la razionalizzazione del nomadismo, acquisto mezzi di trasporto arnie, adeguamento laboratorio per la raccolta e confezionamento del miele, acquisto attrezzatura per trasformare il miele in dolci. Operazioni di certificazione e marketing.</p>	<p>Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Reg. CEE n. PROGRAMMA APISTICO REGIONALE AI SENSI DEL REG. (UE) N. 1308/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO DEL 17 DICEMBRE 2013 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
	<p>6.2 Presenza di adeguate strutture aziendali</p>	<p>Realizzazione di nuove azienda apistiche con acquisto di arnie e attrezzature. Adeguamento delle azienda esistenti e ampliamento e realizzazione di laboratori per la raccolta e il confezionamento del miele</p>	<p>Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.2 PSR Nuova programmazione PSR Reg. CEE n. PROGRAMMA APISTICO REGIONALE AI SENSI DEL REG. (UE) N. 1308/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO DEL 17 DICEMBRE 2013 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
	<p>6.3 Il miele sardo prodotto nel distretto è valorizzato</p>	<p>Azioni di promozione territoriale e di prodotto</p>	<p>Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex mis. 16.4 PSR 2020/2024 Mis. 4.2 PSR 2014/2020 Ex mis. 4.2 PSR 2020/2024 Reg. CEE n. PROGRAMMA APISTICO REGIONALE AI SENSI DEL REG. (UE) N. 1308/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO DEL 17 DICEMBRE 2013 Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
<p>Obiettivo n. 7 Gli allevamenti da carne sono valorizzati</p>	<p>7.1 Soddisfacente integrazione delle imprese di trasformazione e commercializzazione con quelle del turismo rurale</p>	<p>Creazione delle reti dei produttori Azioni per l'integrazione fra i produttori (reti orizzontali) e fra questi e gli operatori commerciali, della trasformazione, del turismo rurale (reti verticali)</p>	<p>Ex Misura 16.3 (se attiva nella prossima programmazione del PSR) LR. N. 28/98 e SSMM Mis. 16.4 PSR 2014/2020 ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
		<p>Interventi di ristrutturazione, adeguamento, ampliamento, costruzione ex novo di stalle, fienili, magazzini, locali polivalenti, paddok, ,</p>	<p>Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020</p>

	<p>7.2 Le strutture aziendali sono adeguate</p>	<p>ricovero macchine ed attrezzi; opere di elettrificazione aziendale, anche con l'installazione di pannelli fotovoltaici, adduzione idrica, irrigazione, smaltimento reflui, di ripristino di strade poderali, di recinzione, anche con ripristino di muri a secco, acquisto di macchine e attrezzature per la coltivazione, attrezzature zootecniche, per l'introduzione dell'alimentazione unifeed, silos, per l'informatizzazione aziendale. Opere di elettrificazione rurale e viabilità rurale.</p>	<p>Ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.3 PSR 2014/2020 ex Mis. 4.3 Nuova programmazione PSR LR n. 15 – LR n. 51 Piani Integrati di Filiera Fondi RAS Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
	<p>7.3 le imprese sono organizzate e vengono gestite con sistemi che controllano la Peste Suina Africana</p>	<p>Realizzazione di sistemi in Plain Air (all'aperto), realizzazione di doppia recinzione</p>	<p>Mis. 4.1 PSR 2014/2020 Ex Mis. 4.1 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
	<p>7.4 La filiera corta della carne è strutturata nel territorio</p>	<p>Le produzioni agroalimentari, con particolare riferimento alla carni, sono organizzate per la vendita diretta negli spacci aziendali, nei mercati contadini, nelle mense scolastiche, nelle mense collettive, nel sistema HORECA regionale. Il sistema logistico verrà organizzato all'interno di una struttura presente nell'area del distretto.</p>	<p>Mis. 16.4 PSR 2014/2020 Ex Mis. 16.4 Nuova programmazione PSR Mis, 3.1.-3.2 PSR 2014/2020 EX Mis, 3.1.-3.2 Nuova programmazione PSR Mis. 4.2 PSR 2014/2020 ex Mis. 4.2 Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>
<p>Obiettivo n. 8 La gestione delle risorse agroalimentari è efficiente ed integrata</p>	<p>8.1 Tessuto produttivo è organizzato</p>	<p>Implementazione del modello organizzativo che consenta di attivare un meccanismo concertativo permanente e realizzare un coordinamento delle iniziative e degli interventi. Sportello unico di distretto per i servizi alle imprese rurali. Organizzazione della logistica; Costituzione di reti.</p>	<p>Partnership distretto Fondi RAS Mis. 2 (consulenze alle imprese) PSR 2014/2020 ex Mis. 2 (consulenze alle imprese) Nuova programmazione PSR Progetti LEADER – GAL Bando Distretto del Cibo Contratti di Filiera</p>

CRONOPROGRAMMA ATTUAZIONE STRATEGIA DEL DISTRETTO

Nella tabella che segue è riportata la previsione dello svolgimento delle principali fasi attuative del distretto agroalimentare di qualità denominato “*LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI E ZOOTECNICHE DEI PARCHI NATURALI DELLA SARDEGNA*”, dalla fase iniziale di costituzione sino alla fase conclusiva di monitoraggio delle azioni realizzate. La durata del Piano di Distretto è stabilita in 7 anni.

AZIONI	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Costituzione formale del Distretto e definizione del Piano di Distretto							
<i>Partecipazione ai bandi di finanziamento: regionali, nazionali ed europei</i>							
<i>Realizzazione degli investimenti</i>							
<i>Assistenza amministrativa e tecnica soci/imprese del distretto</i>							
Attività amministrative: redazione bilanci, indizione assemblee e altre attività connesse alla funzionalità della Fondazione							
Attività di comunicazione, monitoraggio							

PIANO DI COMUNICAZIONE, INFORMAZIONE E FORMAZIONE

Obiettivi del piano di comunicazione

Il Piano di Informazione, Formazione e Comunicazione porrà al centro della sua pianificazione strategica l'attivazione di un circuito d'informazioni integrate fra loro, dirette non solo a tutta la popolazione e agli operatori economici presenti all'interno del territorio del futuro distretto, ma anche a coloro che vivono ed operano all'esterno dello stesso, nei termini in cui le azioni e gli strumenti di comunicazione favoriscono l'appeal territoriale.

Nel piano di comunicazione e di animazione si dovrà tener conto di:

- a. Promozione all'interno dell'organizzazione della cultura della relazione (comunicazione interna);
- b. Rafforzamento dell'immagine del distretto;
- c. Migliorare la percezione della qualità dei servizi offerti e delle prestazioni erogate dal distretto;
- d. Tutela dei diritti nella relazione;
- e. Aumentare la partecipazione intorno a valori, progetti e priorità;
- f. Trasparenza nelle scelte;
- g. Partecipazione attiva, con modalità di convocazione tali da coinvolgere più stakeholders possibili (pubblicazione nei siti istituzionali, uso di facebook, del servizio messaggista dei comuni, pubblicazione degli incontri nei quotidiani regionali).

I destinatari della comunicazione, formazione e informazione sono sinteticamente riportati nello schema sottostante:



In particolare il piano di comunicazione sarà strutturato con finalità strategica, comunicazione integrata e scambio comunicativo così come definito nella tabella sottostante.

FINALITA'	N	OBIETTIVO STRATEGICO
STRATEGICA	1	Informare la popolazione, gli operatori e le istituzioni circa i contenuti del progetto del distretto, la sua organizzazione e i suoi scopi. In particolare è strategico diffondere le informazioni circa le possibilità offerte dal distretto per quanto riguarda le azioni a sostegno delle attività economiche presenti sul territorio attraverso n. 10 incontri pubblici di animazione territoriale come previsto dalle direttive di attuazione della legge regionale n. 16/2014.
	2	Creare partecipazione tra i soggetti interessati circa le azioni intraprese dal distretto al fine di ottenere un'effettiva ricaduta sul territorio e attuare gli obiettivi prefissati.
	3	Comunicare una nuova interpretazione positiva della "valenza del settore agroalimentare" fra tutti i soggetti pubblici e privati al fine di accrescere il senso di appartenenza di una comunità al proprio territorio che rappresenta condizione primaria per avviare un vero processo di sviluppo socio-economico.
COMUNICAZIONE INTEGRATA	4	Sensibilizzare la popolazione verso il consumo consapevole, come risorsa in grado di garantire uno sviluppo sostenibile per il territorio.
	5	Stimolare le istituzioni ad attuare misure di promozione e di valorizzazione delle risorse agricole e agroalimentari del territorio.
	6	Comunicare le nuove opportunità di crescita economica che il distretto offre nel rispetto delle tradizioni agroalimentari del territorio, attraverso la creazione di prodotti di club integrato.
SCAMBIO COMUNICATIVO	7	Valorizzare i prodotti del territorio attraverso la riscoperta dei valori della cultura contadina e delle sue tradizioni, anche attraverso il patrocinio e l'organizzazione di eventi.
	8	Aumentare la notorietà del territorio del distretto attraverso il patrocinio e/o l'organizzazione di eventi.
	9	Promuovere il patrimonio eno-gastronomico attraverso il patrocinio e/o l'organizzazione di eventi.
	10	Promuovere la cultura e le tradizioni del territorio attraverso il patrocinio e/o l'organizzazione di eventi.
	11	Promuovere l'artigianato agroalimentare tipico, anche attraverso il patrocinio e/o organizzazione di eventi

Verrà richiesto il supporto dell'Agenzia Laore per l'organizzazione e la facilitazione degli incontri di animazione e di quelli informativi.

Il piano di comunicazione si collocherà nella fase che segue le decisioni e che precede la valutazione dei risultati ottenuti.

5.2 Finalità, strumenti e targhet della comunicazione

COMUNICAZIONE DIGITALE	Finalità	Facilità di accesso alle informazioni; migliore diffusione della documentazione; personalizzazione dei messaggi in funzione delle specifiche esigenze e caratteristiche dei target
	Strumenti	Sito web della fondazione Evoluzione tecnico-strutturale del portale Conduzione applicativa del software esistente e della nuova versione Servizi di assistenza e supporto tecnico specialistico Content management: attività redazionale e di gestione dei contenuti web e social media
	Target	Pubblico (cittadini, imprese, associazioni)
CAMPAGNA DI PROMOZIONE	Finalità	È finalizzata all'attività di informazione generale per comunicare le opportunità del Distretto e i vantaggi concreti generati. Dà visibilità immediata ed efficace alla Programmazione, con una esposizione ampia e capillare sui media, sì da raggiungere il più ampio pubblico possibile su tutto il territorio, coinvolgendo più tipologie di destinatari.
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - video con la tecnica della storytelling che mettano in luce l'impatto degli interventi realizzati da rendere disponibile sul sito e presentare ad ogni evento; - campagna spot radio - inserzioni pubblicitarie per emittenti radiofoniche regionali e locali format da 30"/15", da pianificare mediante un'attenta attività di media planning basata su ascoltatori individuati - publiredazionali - inserzioni pubblicitarie per stampa nazionale regionale e locale - cartellonistica/manifesti nei punti d'ingresso e di maggior transito turistico (porti, aeroporti) - studio ed attuazione di tecniche e modalità di promozione del Distretto attraverso la valorizzazione dei prodotti di qualità
	Target	Pubblico (cittadini, imprese, associazioni), media
PUBLIC RELATION	Finalità	Rafforza il rapporto tra destinatari e attuatore del Piano di Distretto, crea vicinanza e fidelizza i destinatari e i beneficiari, potenziali ed effettivi.
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - Attivazione dello sportello informativo (<i>local point</i>) - attivazione del <i>digital point</i> e servizio mailing - newsletters periodiche - redazione di comunicati stampa (da inviare ai media regionali e locali: giornali, riviste, TV e radio)
INFORMAZIONE, FORMAZIONE E ANIMAZIONE	Finalità	Rafforzare il messaggio da veicolare ai destinatari, sulla base di una maggiore personalizzazione degli strumenti di comunicazione.
	Strumenti	<ul style="list-style-type: none"> - seminari di approfondimento sui vari tavoli tematici - workshop tematici in relazione ai bandi in uscita
	Target	Beneficiari potenziali, personale struttura interna

FORMA GIURIDICA DEL DISTRETTO

Il Distretto è costituito secondo lo schema giuridico della Fondazioni disciplinato dagli articoli 14 e ss. Cod. Civ., dagli art. 1 e 7 del D.p.R. 361/2000 e della Legge della Regione Autonoma della Sardegna n. 16/2014.

La Fondazione di partecipazione denominata **“LE ECCELLENZE AGROALIMENTARI E ZOOTECHNICHE DEI PARCHI NATURALI DELLA SARDEGNA”**, non ha scopo di lucro e non può distribuire utili, le sue finalità si esplicheranno nell’ambito della Regione Sardegna.

La Fondazione è amministrata ed opera secondo le norme contenute nello statuto ai sensi degli art. 14 e ss. Cod. Civ., art. 1 e 7 del D.P.R. 361/2000 e della Legge della Regione Autonoma della Sardegna n. 16/2014 e sue direttive di attuazione approvate con delibera della Giunta Regionale n. 11/8 del 11.03.2020.

Oggetto sociale

La Fondazione si prefigge i seguenti scopi:

- progettare e sviluppare un sistema produttivo locale integrato, finalizzato alla riorganizzazione del sistema produttivo locale dei territori derivanti dall’aggregazione dei comuni facenti parte del “Distretto di fatto” di prima formazione generatosi negli ultimi 50 anni dall’Unione di 560 Pastori nell’Organizzazione Produttori Unione Pastori Società Cooperativa Agricola.
- Il Distretto è caratterizzato dall’identità storica e territoriale propria delle aree oggetto dell’intesa di sviluppo, derivante dall’integrazione fra attività agricole e altre attività locali, nonché dalla produzione di beni o servizi di particolare specificità, coerenti con le tradizioni e le vocazioni naturali e territoriali.
- perseguire e agevolare la crescita economica, sociale e culturale delle comunità della regione storica in oggetto, mediante la valorizzazione in generale delle risorse specifiche locali con particolare riferimento alla:
 - valorizzazione delle produzioni, e delle interrelazioni e delle sinergie tra operatori facenti parte del nascente distretto agroalimentare di qualità “eccellenze agroalimentare e zootecniche dei parchi naturali della Sardegna”;
 - specializzazione dell’insieme delle attività al fine di perseguire e agevolare la crescita economica quindi sociale e culturale della Comunità anche a mezzo della costituzione di specifiche ulteriori aggregazioni, quali bio - distretti, distretti della pesca e dell’acquacoltura di qualità;
- Istituire apposite comunità del cibo e costituire idonei presidi
- Reti di Paniere, finalizzate alla aggregazione di più reti di imprese in chiave di commercializzazione, export, internazionalizzazione.
- attuare una politica distrettuale di diversificazione produttiva, di integrazione economica, sociale e di coesione nel rispetto della conservazione e riproduzione degli equilibri naturali ed in grado di promuovere una qualità totale territoriale, con una adeguata vivibilità per i residenti, promuovendosi a polo d’attrazione per altre imprese ed individui

Per il raggiungimento dei suoi scopi la fondazione potrà:

- stipulare ogni opportuno atto o contratto, anche per il finanziamento delle operazioni deliberate, tra

- cui, a mero titolo esemplificativo, l'assunzione di finanziamenti e mutui, a breve o a lungo termine, la locazione, l'assunzione in concessione o comodato o l'acquisto in proprietà o di altro diritto reale di immobili, la stipula di convenzioni di qualsiasi genere con Enti pubblici o privati, che siano considerate utili o opportune per il conseguimento degli scopi della fondazione;
- amministrare e gestire i beni di cui sia proprietaria, locatrice, comodataria o comunque posseduti ad altro titolo;
 - stipulare convenzioni per l'affidamento a terzi di parte delle attività;
 - costituire e/o partecipare ad associazioni, Enti ed istituzioni pubbliche o private e società la cui attività sia rivolta, direttamente o indirettamente, al perseguimento di scopi analoghi a quelli della Fondazione medesima;
 - promuovere e organizzare manifestazioni, convegni, incontri, mostre, procedendo alla pubblicazione dei relativi atti o documenti, e tutte quelle iniziative idonee a favorire un organico contatto tra la Fondazione e gli altri operatori degli stessi settori o dei settori della cultura, delle tradizioni, della ricerca;
 - svolgere, in via accessoria e strumentale al perseguimento dei propri fini istituzionali, attività commerciali;
 - partecipare a bandi regionali, nazionali, comunitari ed internazionali per il finanziamento di iniziative coerenti con lo scopo della Fondazione.

Organi del Distretto

Lo statuto della fondazione individua quali organi:

- ***l'Assemblea*** costituita da tutti i soci Fondatori, Partecipanti, Sostenitori siano essi soggetti pubblici e privati;
- ***il Consiglio direttivo***, eletto dall'Assemblea, è l'organo di governo della Fondazione, dura in carica 5 anni ed è investito dei più ampi poteri di amministrazione, sia ordinaria che straordinaria;
- ***il Presidente del Distretto***, eletto dal consiglio Direttivo, presiede l'Assemblea, il Consiglio Direttivo e il Tavolo di Consultazione, dura in carica cinque anni ed è investito della rappresentanza legale della Fondazione;
- **il Tavolo di consultazione** è istituito quale strumento di consultazione obbligatoria fondamentale ai fini della partecipazione degli attori del territorio, svolge una funzione tecnico consultiva in merito al programma generale ed annuale delle iniziative;
- **l'Organo di Controllo** (c.d. "Collegio dei Sindaci Revisori) è eletto dall'Assemblea ordinaria ed è composto da tre membri effettivi e due supplenti, scelti tra i soci o esperti esterni. L'organo di controllo, nella sua prima riunione, nomina il Presidente e svolge le funzioni di controllo amministrativo, vigila sulla gestione finanziaria della Fondazione. Dura in carica tre anni;
- **il Direttore** è nominato dal Consiglio Direttivo e svolge tutti i compiti di gestione della Fondazione.

E' stata scelta la forma giuridica della Fondazione perché più idonea a tutelare gli interessi generali, riferibili all'intero territorio, a tutelare gli interessi di tutti i beneficiari e favorire la massima partecipazione degli operatori. Tale forma inoltre, consente consentire l'ingresso di nuovi soci anche dopo la costituzione del Distretto.

Organizzazione amministrativa

Considerate le funzioni da svolgere si prevede il ricorso a **Professionalità interne** per:

- la gestione amministrativa e finanziaria, svolta direttamente dalla figura del Direttore, quale responsabile che dirige e coordina le attività del Distretto, assiste gli altri componenti degli organi;
- l'attività di verifica svolta dal Collegio dei Sindaci Revisori quali "accertatori" della regolare esecuzione degli interventi e controllori dell'attività amministrativa/finanziaria svolta;

Gli organi direttivi del Distretto valuteranno, all'avvio dell'attività, la possibilità di impiegare una figura di assistente per l'area Gestionale - Amministrativa e Finanziaria, attraverso una forma contrattuale flessibile.

Altresì si ricorrerà all'impiego di Consulenti **esperti esterni** (attraverso la forma del singolo incarico) per il servizio di:

- Assistenza fiscale e la consulenza per i rapporti di lavoro;
- Partecipazione a bandi regionali, nazionali e comunitari e la redazione di progetti esecutivi;
- Attività di sensibilizzazione, promozione e animazione economica;
- Assistenza tecnica all'attività di programmazione e progettazione e di divulgazione del piano di distretto;

La selezione del personale avverrà secondo le procedure stabilite volta per volta dall'organo di Governo, contenente la tipologia della figura professionale prevista ed i requisiti richiesti sulla base della valutazione di più curricula.

Per i consulenti e gli esperti tematici si prevede l'instaurazione di contratti di collaborazioni e di consulenze.

Si prevede inizialmente di utilizzare i locali e le attrezzature (postazioni di lavoro) messe a disposizione dall'Organizzazione Produttori Unione Pastori Società Cooperativa Agricola".

ALLEGATI

- **Copia Atto costitutivo della fondazione registrato e Attribuzione codice fiscale**
- **Verbali incontri promossi in collaborazione agenzia laore sardegna**
- **Ultima Delibera di approvazione del piano di distretto**