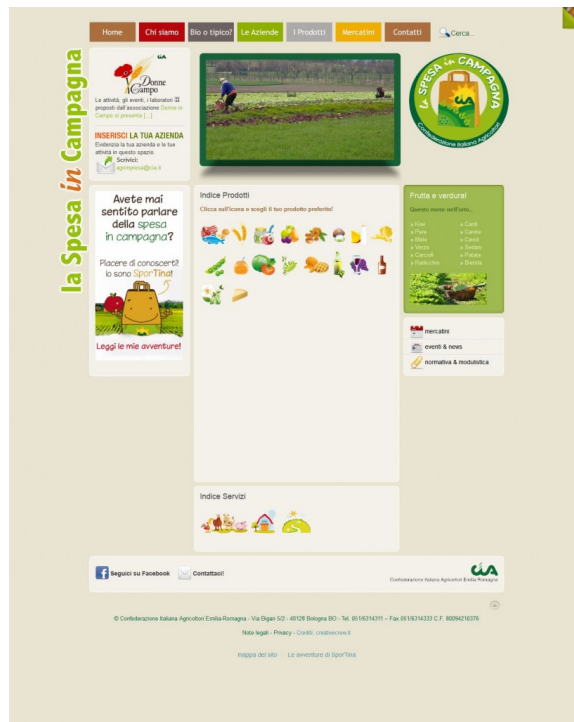


Agricoltura e web 2.0 mondi lontani? Mica tanto



PORTALE La home page del sito www.laspesaincampagna-emilia-romagna-cia.it. Sul sito sono presenti anche tutte le realtà della provincia di Rimini

di LARA BADIOLI



L'agricoltura e il web 2.0: due realtà lontane tra loro anni luce e milioni di gigabite, ma che possono (e ne abbiamo un esempio concreto, e altamente innovativo, in Emilia Romagna), supportarsi e valorizzarsi a vicenda, incrementando la visibilità delle aziende, valorizzando la nostra tradizione rurale e culturale. Prendiamo ad esempio la guida cartacea edita nel 2006 dalla Confederazione Italiana Agricoltori dell'Emilia Romagna, Il

volume era chiamato "La spesa nei campi" (stampato in ventimila copie) e includeva all'interno le 150 imprese Cia che operavano con la filiera corta, ovvero la vendita diretta al dettaglio di propri prodotti agricoli. Ora, aggiornando il progetto con un sito (www.laspesaincampagna-emiliaromagna-cia.it), dopo sei anni le aziende sono oltre mille, e parliamo di un volume d'affari pari a 15 milioni di euro (stimati come ricavo aziendale, dati diffusi a metà dicembre 2012 direttamente dal Cia). Ma il grande vantaggio di questo "censimento on-line" delle aziende è la sua plasmabilità mediatica, la sinergia con altre informazioni e l'occhio ben strizzato verso i social media.

Facciamo qualche esempio: ogni azienda, classificata nel sito in zone provinciali, ha, all'interno della propria pagina, i plug-in sociali (pulsantini che ti permettono di condividere le informazioni con la rete facebook o twitter dell'utente che legge), e ciò facilita tantissimo la viralità (diffusione) dei contenuti. Ma non solo: abbiamo la possibilità di cercare le informazioni per acquistare partendo dalla location geografica (ovvero dalla zona dove si trovano le imprese), ma anche dal prodotto. Digito nel motore di ricerca "melagrane" e mi compaiono le aziende che e ne effettuano la vendita. Per non parlare l'integrazione del sito con notizie "verdi" di grande interesse, come il mercatino settimanale, gli eventi, le sagre, la tabella stagionale di frutta e verdura etc...

Grande vantaggio mediatico anche per le 150 imprese agrituristiche del Cia (che offrono accoglienza e alcune ristorazione), che, seppur in flessione (oltre del 10% nel 2011), conseguono comunque un volume d'affari (reddito medio complessivo) stimato in 5 milioni di euro. Catalogate anche loro in un sito web (www.turismoverde-emiliaromagna-cia.it), esso è in stretto collegamento con quello della Spesa in Campagna, anche perché quasi tutti gli agriturismi che dispongono di camere o che elargiscono ristorazione effettuano la vendita diretta.

Progetto in rete quindi dalle molteplici sfaccettature vincenti: meno spese cartacee, più visibilità alle aziende, valorizzazione di prodotti autoctoni quasi introvabili (nel sito possiamo incontrare imprese che vendono giuggiole, ribes nero, mela campanina, carciofo violetto di San Luca, ovvero il Sanluchino), promozione di buone regole salutari come il rispetto della stagionalità delle materie prime, grande funzione educativa (le aziende spesso sono anche fattorie didattiche). Se poi, a tutto ciò, si aggiunge una guida narrativa grafica (un fumetto) dalla grande capacità comunicativa che desta e rinnova, con le sue "strisce", l'interesse degli utenti in luoghi come una pagina fan facebook, l'intenzione si rafforza. Parliamo di Sportina, la busta della spesa che "racconta" graficamente il progetto La Spesa in Campagna, e che ci guida tra i social network e sul sito ufficiale con le sue avventure. Insomma, la "testimonial" della Spesa in Campagna.

E Sportina ha ricevuto una bellissima medaglia d'argento a Bruxelles, il 10 dicembre 2012 (presso il palazzo Charlemagne, attiguo agli edifici della commissione agricoltura dell'Ue), in occasione dei "Cap communication awards", concorso indetto dall'unione europea (direzione generale agricoltura), creato per celebrare i 50 anni della politica agricola comunitaria (Pac). Il progetto La Spesa in Campagna si è classificato secondo su 118 lavori presentati da ben 12 paesi (La Spesa in Campagna è l'unico italiano andato in finale). Erano quattro le categorie, quella in cui ha trionfato Sportina era quella delle proposte innovative di comunicazione (da notificare il piccolo budget impiegato, 5mila euro, a confronto con quello del primo classificato, pari a ben 300mila). Inoltre veniva valutato l'indice di potenziamento del legame agricoltore-consumatore.

Abbiamo chiesto, a distanza di un paio di mesi dalla messa online del sito (è stato presentato a San Lazzaro di Savena il 14 dicembre scorso), la situazione nella provincia di Rimini,

chiedendo a Paola Pula, direttore di Cia Rimini, se la nuova visibilità on-line ha già dato qualche frutto: “Sicuramente la condivisione delle informazioni via web ha aumentato tra gli utenti la conoscenza delle aziende che attuano la vendita diretta dei prodotti. Noi ne abbiamo supportato la potenzialità con un opuscolo cartaceo tascabile che abbiamo distribuito per tutta la provincia. Da una prima stima, per il volume del 2006, le imprese che effettuano la filiera corta sono cresciute tantissimo in quantità: da una decina ora sono 80. Sono felice che vengano portati in luce prodotti caratteristici della nostra terra, come la melanzana violetta, la bieta e la patata sabbia. E poi non bisogna dimenticare che la nostra provincia è un'eccezione per quanto riguarda la lattuga: secondo una nostra indagine, oltre il 50% di lattuga prodotta su scala di produzione regionale proviene dalla nostra provincia. A seguire, sempre su scala regionale, abbiamo le melanzane con il 49%, il sedano con il 44% e finocchio, funghi e peperoni con il 41%” conclude la Pula.

Una terra con grande indole rurale, il riminese. Se poi si valorizza la tradizione con nuovi mezzi e linguaggi innovativi ci può guadagnare anche l'economia.

© Lara Badioli Copyright lapiazzarimini.it – Tutti i diritti riservati

Neve, a San Leo si sfiorano i

50 cm

E' arrivata. E, come previsto, è in quota che il bilancio inizia a farsi sentire. Pochi minuti fa Mauro Guerra, sindaco di San Leo, (località a 583 metri sul livello del mare) ha comunicato che la neve ha già segnato i 40-45 cm. A Montescudo, in Valconca (386 metri slm) la coltre bianca è a quota 30 cm. Per la Protezione civile l'allerta meteo continuerà fino alla giornata di lunedì. Per il momento non si registrano particolari problemi. Sulla costa il peggio dovrebbe essere passato.

Impegnati, già dal pomeriggio di ieri e fino a tarda notte, tutti gli uomini (i 22 cantonieri) e i mezzi della Protezione civile (i 50 contrattisti che hanno impiegato per liberare le strade altrettanti spazzaneve). Sempre nella serata e nottata di ieri la chiusura dei caselli autostradali di Cattolica e di Rimini Nord hanno fatto registrare un aumento del traffico sulle strade statali e provinciali, senza però causare particolari disagi alla circolazione. Ad aggiornare la situazione anche il Comune di Rimini che specifica proprio come sia stata la zona collinare a nord del territorio comunale, quella di San Paolo, Montececo, Covignano, ad essere maggiormente colpita dalle precipitazioni nevose e che le priorità d'intervento riguardano le zone limitrofe dei 36 plessi scolastici dove domani dalle ore 8 apriranno i 143 seggi elettorali.