

Convegno "GAS e ACQUISTI VERDI con CISL:  
diamo voce a una "nuova" economia locale."

Firenze, 18 novembre 2010

**Esperienze ...**

**"Donne in Campo"**



dott.ssa M. Annunziata Bizzarri

Presidente Donne in Campo Toscana



# Donne in Campo: chi siamo

- E' l'associazione di imprenditrici agricole promossa dalla CIA, dove le imprenditrici sono protagoniste.
- Tra gli obiettivi:
  - Valorizzare l'imprenditoria femminile,
  - il lavoro delle donne in agricoltura e
  - le loro produzioni.



# Le donne e la vendita diretta

Le donne dell'agricoltura sono state le capofila nella scelta della vendita diretta per:

- integrare i redditi d'impresa  
ma soprattutto come
- scelta culturale
- bisogno di uscire dall' "isolamento"
- desiderio di promuovere direttamente la qualità, il territorio , il paesaggio e la loro cultura.

# Canapa, tinte naturali, vini e catering



# Donne in Campo: la storia

- **Intuizione di Paola Ortensi: la trasformazione del prodotto agricolo è la vera forza e la caratteristica “unica” delle donne dell’agricoltura.**
- Mercato di donne in campo di Torino nel 1999.
- Dopo il Piemonte fu la volta del Lazio, della Romagna, della Lombardia e del Veneto.



## Donne in Campo: i mercati

- E' nel **2001** che la Toscana dà vita ai mercati di Donne in Campo e ad un'intensa attività legata alla commercializzazione dei prodotti e alle politiche femminili. I mercati sono inseriti nelle feste annuali che si svolgono nelle principali città della Toscana, nel centro, nelle piazze o nei luoghi dove solitamente la gente si incontra.
- 2001 Prato **“Dall'agricoltura idee per il tessile e la moda”**

# Livorno: antichi mestieri



- 2002 Livorno “**Porto ... o portale: l’importante è navigare**”
- E poi Pisa, Firenze nel 2004 a Firenze, in P.zza S. Croce prende il via “**l’Agricoltura ... va in città**” e siamo alla sua VII edizione.
- E ancora Siena, Viareggio, Grosseto e Arezzo.



# Firenze



# Al mercato si assaggia e si impara

- Presentazione prodotti
- Degustazione prodotti
- Sapori e saperi
- Testimonianze ed esperienze
- Incontri e dibattiti sul ruolo delle donne in agricoltura



# L'agricoltura ... va in città

- Due appuntamenti ricorrenti
  - **Viareggio** a settembre di ogni anno
  - **Firenze** a ottobre di ogni anno
- In Toscana possiamo contare su una rete di oltre **100 imprenditrici** che hanno dato vita e garantito successo alle iniziative regionali ma anche a decine e decine di mercati e altre iniziative come i **Mercatali** nati con il progetto “**Filiera corta**” della Regione Toscana.

# Viareggio



# Creare cultura

- la Cia e Donne in Campo sottolineano l'importanza
  - della **qualità** del prodotto,
  - la sua **freschezza**,
  - l'utilizzo dei **prodotti locali**
  
- impatto ambientale positivo.



# Decreto 228

- consente l'acquisto di prodotti e la rivendita;
- **ma**
- nei mercati di Donne in Campo si trovano **soltanto prodotti aziendali**, e questa è la garanzia di trovare un **prodotto di qualità, prodotto unico e non omologato**;
- Il prezzo è la risultante e rispetta le esigenze del consumatore ma anche del produttore.



## Un po' di dati ...

Una componente, quella femminile, preponderante in tutta la Toscana dell'agricoltura dove il 31% delle aziende, secondo l' Istat, sono condotte da donne, con 38.479 imprese "en rose" su un totale di 139.872.

- > 65 anni (14.864),
- 51-65 anni (13.600),
- 36-50 anni (7.800)
- < 36 anni (2.100).

# Donne in Campo: chi sono?

- Il profilo delle “Donne in Campo” della Toscana, emerso in sondaggio realizzato su un campione di 122 aderenti all’associazione della Cia.
- L’età media prevalente è tra i 41-60 anni.
- Le colture sono ancora molte di tipo tradizionale (35%) anche se stanno crescendo le colture più innovative: biologico (36%) e integrato (22%).
- L’80% delle intervistate è titolare dell’azienda, mentre il 20% è coadiuvante.
- Il 41% fa questo lavoro per scelta e spera un domani di poter tramandare la stessa passione e il gusto per il proprio lavoro anche ai figli e alle future generazioni.

# Soluzione vincente: la filiera corta

- In questi mercati le produttrici partono dalla loro azienda agricola per andare a vendere i prodotti direttamente al mercato a prezzi esenti da costi aggiuntivi di intermediazione. Si tratta della realizzazione di quella che viene definita “la filiera corta”. Con la filiera corta si riducono gli anelli della catena che porta il prodotto dal campo alla tavola e si snellisce il meccanismo di vendita.
- Il modello attuale viene importato da altri paese dove i mercati contadini del fine settimana sono ormai una realtà consolidata. I primi farmers market nacquero 30 anni fa negli Stati Uniti. Anche in Europa se ne trovano numerosi nel Regno unito, in Germania e in Francia.

# Conclusione

- Concludendo quindi, lo sviluppo della filiera corta ristabilisce **l'antico quanto indissolubile rapporto diretto tra produttore e consumatore**, tra cittadino e tradizioni culturali del suo territorio.
- Vi è quindi **accanto** ad un'importante **scelta economica ed imprenditoriale** delle aziende anche un **nuovo approccio culturale** delle imprenditrici nell'organizzazione della propria attività che ben si incontra con le esigenze di molti cittadini e consumatori.

- In un momento in cui l'agricoltura viene riconosciuta nel suo valore di produzione di beni, valore per lungo tempo nascosto da un'interminabile fila di intermediari e in cui il ruolo agricolo di "riproduzione del territorio" viene ad avere un inestimabile valore per tutta la società, la vendita diretta diventa **"relazione culturale" tra città e campagna.**
- **Il valore della prossimità nega il principio della distribuzione come omologazione**, infatti il prodotto buono per tutti, che risponde al gusto di tutti, è un prodotto che ha perso le caratteristiche storiche e culturali che lo rendono unico, è un prodotto che non ha più personalità.

- ... grazie per l'attenzione.

**Donne in Campo Toscana**  
[donneincampotoscana@cia.it](mailto:donneincampotoscana@cia.it)

