



LINEA STRATEGICA: #STILIDIVITA

Uno stile di vita sano è l'insieme di comportamenti virtuosi frutto di piccole scelte quotidiane. Per orientare queste scelte è utile attivare campagne di comunicazione mirate a diffondere i principi della corretta alimentazione. Spesso, però, è sufficiente l'incoraggiamento di una persona conosciuta, meglio se veicolato tramite il buon esempio.

OBIETTIVO: coinvolgere i cittadini in meccanismi di educazione tra pari basati sul buon esempio

PROGETTO: realizzare campagne e prodotti di comunicazione incentrati sulla promozione di stili di vita sani con testimonial noti al pubblico giovane

AZIONI:

- definire i **TARGET** delle campagne di comunicazione da progettare: tra i primi target da sensibilizzare ci sono i giovani in età scolare (6-18) - tenendo però in considerazione che i giovani spesso sono più attratti dagli esempi negativi che dai messaggi positivi - e, ancor di più, le **FAMIGLIE** con i genitori di età compresa tra 25 e 40
- individuare uno o più **COMPORAMENTI** da promuovere per favorire l'adozione di stili di vita sani, nella consapevolezza che veicolare il messaggio dello "stare bene" è complesso; vanno tenuti in considerazione anche i temi dell'approvvigionamento e della preparazione del cibo
- progettare **CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE** che mettano le persone nella condizione di adottare i comportamenti individuati: strumenti interessanti da sperimentare sono le comunità di pratica (come, ad esempio, i gruppi di camminata), la distribuzione di oggetti o dispositivi (come, ad esempio, le borracce per incoraggiare il consumo di acqua corrente e disincentivare l'acquisto di acqua in bottiglia), l'esperienza diretta di pratiche sane o che responsabilizzano nei confronti del cibo (come, ad esempio, la visita nelle aziende agricole del territorio e la partecipazione a fasi della produzione di alimenti
- individuare e coinvolgere nelle campagne **TESTIMONIAL** autorevoli e celebri per i target individuati allo scopo di favorire l'identificazione e l'imitazione dei comportamenti da questi messi in atto

STAKEHOLDER

Lab Sismondi, Misericordia, "Pappe e non solo", A.C.C.A. Lucca, Slow Food, Scuole, Associazioni Sportive, Centro Ricerche Etnoantropologiche, Italian Cuisine



LINEA STRATEGICA: #PRODUZIONELOCALE

Nella produzione alimentare il concetto di qualità è difficile da definire. Se da una parte lo si articola tramite standard e regolamenti nazionali e sovranazionali che disciplinano i processi produttivi, dall'altra "saper fare" e tipicità vengono enfatizzati come elementi caratterizzanti di cibo buono e sano.

Sia in un caso che nell'altro, la verifica della qualità sfugge alla portata del singolo cittadino e alle competenze del decisore locale. La produzione locale, invece, garantisce quella prossimità tra chi produce e chi consuma che consente di attivare meccanismi di dialogo, confronto e controllo sulle caratteristiche e la qualità dei prodotti.

OBIETTIVO: avviare un confronto con i portatori di interesse locali per individuare strumenti che garantiscano la qualità dei prodotti e dei processi produttivi

PROGETTO: sperimentare un modello di garanzia partecipata attraverso un progetto territoriale condiviso

AZIONI:

- Individuare un nucleo di portatori d'interesse da cui partire con una prima sperimentazione di garanzia partecipata che preveda una fase di informazione e una fase di costruzione del processo
- Definire un primo "regolamento" in cui indicare il funzionamento della garanzia, i criteri di sostenibilità ambientale e sociale che ne stanno alla base, i meccanismi di controllo partecipato e gli attori coinvolti
- Prevedere una "etichetta" riconoscibile a garanzia del prodotto e del processo ma che sia anche uno strumento di promozione del territorio e della sua reputazione
- Comunicare e promuovere il modello per scarlo nel territorio e per favorire sia lo sviluppo delle produzioni locali sia una maggiore informazione per i consumatori finali

STAKEHOLDER

Produttori locali, referenti di GAS e di commissioni mense, membri dell'Ist. Agrario, rappresentanti della ristorazione, dei mercati contadini, di negozi al dettaglio.



LINEA STRATEGICA: #ACCESSO/SPRECO

Nel territorio sono tante le iniziative per la raccolta delle eccedenze alimentari e gli strumenti che vengono utilizzati sono sempre più efficaci. Allo stesso tempo il sistema di redistribuzione degli alimenti sul territorio non riesce ad essere altrettanto capillare.

OBIETTIVO: rafforzare e replicare le esperienze di accesso e recupero di cibo nella Piana di Lucca

PROGETTO: messa in rete delle esperienze di riduzione degli sprechi alimentari e di accesso al cibo per le fasce più deboli della popolazione

AZIONI:

- Creazione di un gruppo di lavoro dedicato al tema dell'accesso e dello spreco in cui siano coinvolti referenti dei progetti che operano a vario titolo in questi ambiti nel territorio della Piana di Lucca.
- Completare la mappatura delle progettualità esistenti per rendere il gruppo di lavoro aperto e in continua crescita e che possa comprendere gradualmente anche quei soggetti più restii a partecipare, come la grande distribuzione e i negozi di vicinato.
- Definire un piano formativo sulle normative igienico sanitarie in collaborazione con la ASL e rivolto agli operatori del Terzo Settore che si occupano di raccolta e distribuzione delle eccedenze.
- Promuovere forme di raccolta fondi e ricerca di finanziamenti finalizzati all'acquisto di attrezzature per il mantenimento delle temperature (caldo/freddo).
- Coinvolgere i volontari del servizio civile per le attività di raccolta e distribuzione, in supporto ai volontari delle associazioni e come occasione di fare esperienze di volontariato per i più giovani.
- Avviare un confronto con la Banca della terra per valutare l'introduzione di misure per il recupero delle terre inutilizzate e la loro messa in produzione.

STAKEHOLDER

Caritas, USL Toscana Nord, Slow Food, Croce Rossa, Croce Verde, Comunità Sant'Egidio, Punto Handy, CIF Porcari, Misericordia, Associazioni di categoria, Lions, Rotary, GDO, Del Monte Ristorazione, Cirfood, Legambiente, Centro Rifiuti Zero



LINEA STRATEGICA: #SCUOLA&ALIMENTAZIONE

Molti progetti realizzati nelle scuole del territorio dimostrano che un veicolo importante di educazione degli studenti è l'esperienza diretta. Questo vale anche per quanto riguarda cibo ed alimentazione per i quali sono molte le iniziative che cercano di rendere gli studenti protagonisti di alcune fasi della filiera del cibo, dalla produzione con gli orti scolastici, alla trasformazione con i laboratori di cucina.

Non tutte le scuole però sono equipaggiate a sufficienza per attività di questo tipo.

OBIETTIVO: promuovere una modalità di coinvolgimento degli stakeholder locali al fine di migliorare i servizi e i progetti scolastici legati al tema dell'alimentazione.

PROGETTO: creazione di strategie territoriali sui processi di definizione degli appalti, sulla gestione del servizio di refezione scolastica e sui progetti educativi legati all'alimentazione.

AZIONI:

- Prevedere un percorso preliminare alla definizione degli appalti che favorisca l'ascolto dei portatori d'interesse, dagli operatori economici del territorio, alle commissioni mensa, agli insegnanti e gli operatori che lavorano nei progetti educativi nelle scuole.
- Valutare, con gli uffici tecnici delle amministrazioni coinvolte, la possibilità di effettuare piccoli interventi che rendano più gradevoli gli ambienti di refezione scolastica.
- Incentivare le forme di monitoraggio partecipato con il coinvolgimento dei genitori delle commissioni mensa, degli organi collegiali e dei responsabili del servizio scolastico delle amministrazioni.
- Promuovere una formazione per i genitori delle commissioni mensa come soggetti cardine nel rapporto con tutti gli altri genitori e per il personale che si occupa della refezione.
- Attivare una collaborazione tra le istituzioni scolastiche (IICC, Istituto Busdraghi), gli uffici comunali (uffici tecnici, ufficio scuola) e la ASL (educazione alla salute e igiene degli alimenti) per facilitare la gestione degli orti e la possibilità di utilizzarne i prodotti a scuola.
- Rafforzare i progetti sperimentati in alcune scuole e prevedere la loro replicabilità sul territorio della Piana di Lucca.
-
-
-



COMUNE DI
CAPANNORI



COMUNE DI
ALTOPASCIO



Città di Lucca



COMUNE DI
PORCARI



COMUNE DI
VILLA BASILICA



- incentivare il confronto tra i soggetti coinvolti e favorire percorsi di educazione alimentare che aumentino la consapevolezza di bambini, insegnanti e genitori sul cibo e sull'alimentazione, ricorrendo anche ad azioni di educazione tra pari e utilizzando anche il periodo di alternanza scuola-lavoro.

STAKEHOLDER

Scuole del territorio, Comunità educante, Slow Food, Del Monte, Cirfood, ASL, Referenti commissioni mensa, Istituto Busdraghi



LINEA STRATEGICA: #ORTIURBANI

Sono sempre più numerose le esperienze locali in cui i consumatori gestiscono in autonomia la produzione orticola. Queste pratiche sono importanti per la loro ricaduta sulla socialità e l'educazione, oltre che per l'accesso al cibo delle fasce deboli della popolazione.

OBIETTIVO: aumentare le possibilità di cittadini ed organizzazioni locali di fare autoproduzione nei territori della Piana

PROGETTO: ottimizzare l'utilizzo degli spazi urbani e promuovere la loro gestione in forma comunitaria

AZIONI:

- riconoscere l'attività di agricoltura hobbistica come **STRUMENTO DI PROMOZIONE E TUTELA DEL TERRITORIO**
- **MAPPARE** i terreni potenzialmente recuperabili per la coltivazione effettuando anche dei **SOPRALLUOGHI** per verificarne le condizioni
- progettare gli spazi destinati a **VERDE PUBBLICO** (parchi) anche in previsione di attività orticola
- prevedere **INCENTIVI** per i privati che mettono a disposizione terreni per le coltivazioni
- realizzare o dotarsi di **PIATTAFORME DI SHARING** per i privati che vogliono mettere a disposizione il proprio terreno
- identificare dei **COMMUNITY MANAGER** da mettere a disposizione degli ortisti per occuparsi di gestione dei conflitti, mediazione, animazione
- realizzare **INIZIATIVE DI PROMOZIONE** dell'attività orticola
- prevedere la possibilità che fare l'orto possa essere un **LAVORO SOCIALMENTE UTILE**
- dare la possibilità alle associazioni di ortisti di fare **SCAMBIO/BARATTO** o **VENDITA SUL POSTO** del surplus della produzione e destinare i ricavi a sostenere le spese
- redigere un **REGOLAMENTO** per gestire i terreni incolti

STAKEHOLDER

Lab Sismondi, Odissea Coop. soc., Caritas, Italian Cuisine, Ass. Giardini del Futuro, AUSER, Università di Pisa, aziende florovivaistiche, consorzi di bonifica, luoghi di cura, scuole