



[Home](#) / [Economia](#) / [Articolo](#)

☰ **GDB**

Abbonati

La Carta dei Valori dell'Hub della conoscenza

Obiettivi e azioni necessarie per dare valore ai prodotti della filiera agro-alimentare italiana, partendo dalla Pianura Padana. Ecco i punti del documento

🕒 4' di lettura



L'Hub della conoscenza a Leno - Foto Gabriele Strada Neg © www.giornaledibrescia.it



Ascolta questo articolo ora...

AA Riduci | Ingrandisci

Una Carta dei Valori con lo scopo di **definire obiettivi e avviare azioni** che permettano di valorizzare i prodotti della **filiera agro-alimentare italiana**, partendo dai territori della Pianura Padana. Ecco in sintesi i punti del documento.



Perché una carta dei valori?

Perché registriamo nei vari mercati mondiali **un pregiudizio positivo nei confronti dell'italianità**, che induce a ritenere i prodotti agroalimentari italiani sinonimo di benessere e salute, oggetto di **conseguenza del fenomeno dell'«italian sounding»** ovvero dell'imitazione dei nostri prodotti.

Perché dobbiamo essere consapevoli del **valore dei fattori ed asset non riproducibili e/o imitabili** del cielo azzurro, del micro-clima e della biodiversità, che stanno alla base del nostro potenziale vantaggio competitivo.

Perché il nostro sistema dei controlli di filiera garantisce **condizioni di allevamento e nutrizione del tutto coerenti con gli obiettivi di benessere dell'animale e di sostenibilità, salubrità e qualità dell'ambiente**.

Le nostre scelte di valore

Perché **i punti qualificanti su cui puntiamo** per mettere a frutto il potenziale del **Made in Italy** sono: brand Italia, l'unico brand che conta; sostenibilità ambientale della nostra produzione; legame con il territorio di riferimento; integrazione tra sistema agro-alimentare e turismo.

Come realizzarle

Con un deciso **cambiamento del modello operativo**, ovvero dell'articolazione della filiera che sta alla base dell'offerta di mercato.

Con **una agricoltura che**, consapevole della qualità del prodotto, **si avvicini al mercato finale**, aumentando così il valore aggiunto della propria offerta.

Con una adeguata e innovativa **campagna di marketing** che metta in campo una proposta di prodotto, definita come vera e propria esperienza attrattiva, turistica, rivolta al consumatore.

Leggi anche:

[Unire forze e fare massa critica per investire insieme nella crescita](#)



Con l'obiettivo di **trasformare la leva prezzo in una variabile endogena**, posta cioè sotto il diretto controllo del sistema agricolo mediante: un racconto del prodotto e della filiera che trovi uno spazio positivo e ben distinto nella mente del consumatore; un principio di coerenza tra prezzo e valore, imposta anche grazie a programmi di marketing nei confronti della distribuzione e l'adozione sempre più diffusa di modelli di commercio elettronico; un obiettivo di fidelizzazione del consumatore all'acquisto mediante lo sviluppo di modelli di integrazione sempre più spinta tra sistema agro-alimentare e turismo.

Con il perseguimento di **logiche di scala differenti rispetto agli attuali assetti**, mediante l'attivazione di un modello competitivo a piattaforma, a servizio di imprese organizzate in rete, consorzi, new venture, così da rendere possibile: predisporre programmi di marketing per valorizzare il potenziale dei nostri prodotti, adottare progetti di trasformazione digitale in grado di abilitare: da un lato programmi di precision farming, dall'altro piena tracciabilità della nostra produzione.

Recuperando le radici della nostra storia

È indispensabile e urgente rivolgere ai territori della Lombardia Orientale l'invito a **conoscere sé stessi** e ai loro abitanti l'esortazione a **riscoprire le proprie radici**, i propri caratteri identitari, per far emergere energie insospettabili, orientandole a progetti condivisi di ripresa.

Ne scaturirà il profilo di una storia straordinaria che ha visto l'insediarsi dei monaci e della loro rivoluzionaria proposta «Ora et labora et lege et noli contristari!», atualizzabile nell'esortazione «Riscopri te stesso e ritrova in te stesso il senso di responsabilità» che ti porti a non rassegnarti, ma a prendere in mano il tuo destino, dandoti da fare dopo aver **analizzato la realtà che ti circonda** e capito dove va il mondo, per permetterti di **adottare strategie e strumenti** che ti facciano scommettere e confidare di vincere le sfide, nella consapevolezza che, così facendo, non potrai aver motivo di temere e di non sperare.

Leggi anche:

[La Bassa bresciana diventa protagonista del cambiamento](#)

La loro attività di bonifica che garantirà nella pianura irrigua, resa produttiva dalla sapiente regimentazione dell'uso plurimo dell'acqua, quella produttività che ne fece il granaio della Serenissima. Insieme di una trasformazione alla base dell'attuale successo del comparto lattiero caseario.



Attività da avviare

L'obiettivo di medio periodo dell'**Hub della Conoscenza** è di far crescere una **Comunità di interessi e pratiche intorno al sistema agricolo della Pianura Padana**. Una Comunità che intenda affermarsi intorno al tema della centralità degli asset intangibili, con la definizione del brand, la messa in atto di intensi processi di conoscenza, la realizzazione di una rete di relazioni, al fine di rendere possibile un percorso di piena valorizzazione del nostro cibo.

In questo quadro, **sono previste per il 2024 due macro progettualità**: iniziative formative rivolte a tutti gli operatori della filiera; tavoli di filiera finalizzati all'attuazione operativa dei principi alla base della presente Carta dei Valori.

Leggi anche:

[Hub della conoscenza, «Grande opportunità, bisogna fare rete»](#)

Ad oggi, sono previsti **corsi di aggiornamento** sul benessere animale; sicurezza alimentare: tecnologie digitali e agricoltura.

Due sono **le filiere che saranno oggetto di potenziali percorsi di cambiamento nel 2024**: la filiera suinicola; la filiera bovina. A valle di un primo ciclo di workshop, partiranno le attività inerenti i due tavoli, con l'obiettivo di identificare un progetto di piattaforma in grado di affermare i principi espressi nella Carta dei Valori.

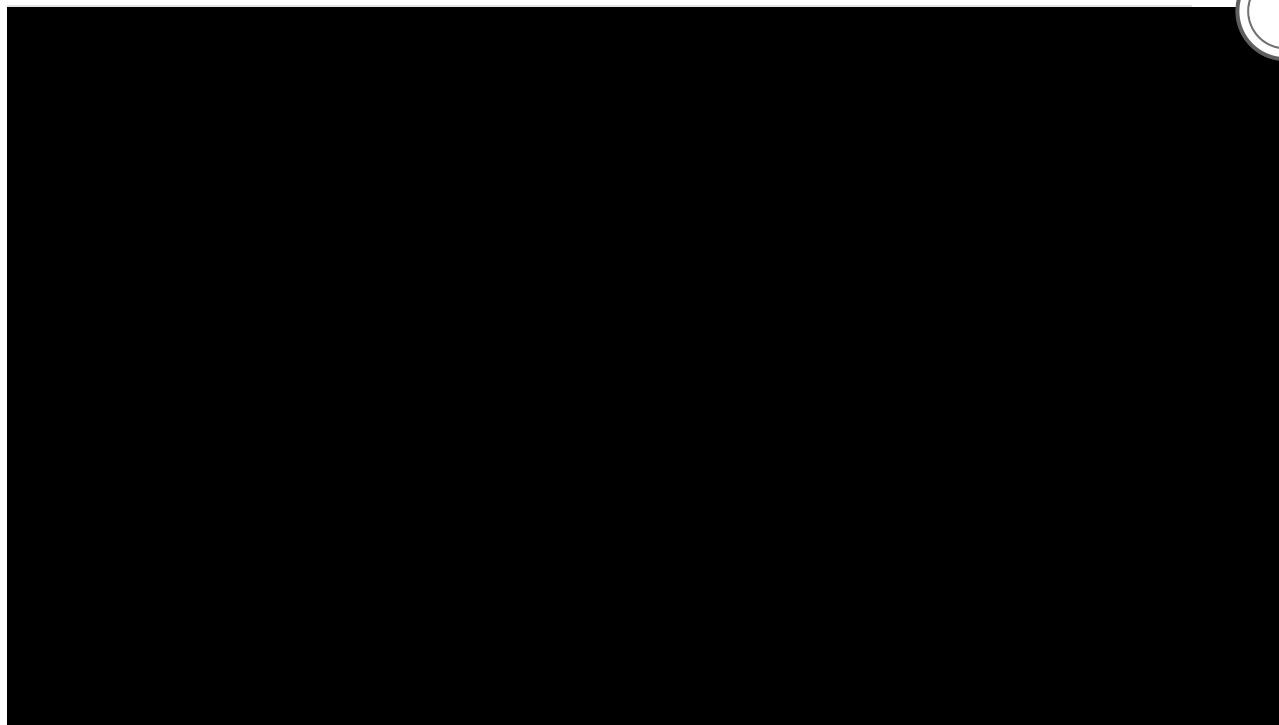
RIPRODUZIONE RISERVATA © GIORNALE DI BRESCIA

 *Condividi l'articolo*



Argomenti

Hub della conoscenza



Suggeriti per te

07.10.2024

Giovani Smart 2.0: il Comune di Brescia ha vinto il bando regionale

09.10.2024

Banca d'Italia, la riforma del 2015 assegnava un altro ruolo a Brescia

08.10.2024

Gli autisti: «Arriva chiede sempre di più ma così si perde in sicurezza»

ADV



**Buone notizie per i Pensionati
classe '41-'59**

ADV



**Il trucco per migliorare l'udito
che sta facendo sensazione in...**

Arriva la legge che in pochi conoscono (hearclear) (Prestiti a Pensionati)

|



GIORNALE DI BRESCIA

[Chi siamo](#)

[Abbonamenti](#)

[Pubblicità e Necrologie](#)

[Privacy](#)

[Cookie policy](#)

© Copyright Editoriale Bresciana S.p.A. - Brescia - P.IVA 00272770173

L'adattamento totale o parziale e la riproduzione con qualsiasi mezzo elettronico, in funzione della conseguente diffusione online, sono riservati per tutti i paesi. Informativa e moduli privacy. Edizione online del Giornale di Brescia, quotidiano di informazione registrato al Tribunale di Brescia al n° 07/1948 in data 30 novembre 1948.