



## Marchi territoriali su piccola scala nelle Alpi

### Come possono i marchi territoriali su piccola scala contribuire allo sviluppo sostenibile delle aree alpine periferiche?

I marchi territoriali sono iniziative promozionali collettive stabilite che hanno l'obiettivo di promuovere i prodotti locali, i prodotti alimentari, l'artigianato e i servizi di una zona specifica. Rispetto ad altri strumenti collettivi come le indicazioni geografiche o i marchi di destinazione, sono ad oggi poco studiati e poco compresi.

Durante questo secondo workshop internazionale, vogliamo riunire decisori politici, esperti internazionali, marchi territoriali, ONG, attori locali e parti interessate e discutere insieme delle sfide specifiche dei marchi su piccola scala e dei loro contributi specifici allo sviluppo economico, sociale, culturale e ambientale sostenibile nelle aree alpine periferiche.

Il workshop è organizzato nell'ambito delle attività del Gruppo d'azione 6 (risorse naturali e culturali) della Strategia UE per la regione alpina (EUSALP), dal Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi, EURAC Research e Polo Poschiavo. Il coordinamento scientifico del workshop è stato assunto dal Prof. Diego Rinallo, Kedge Business School, che ne assicurerà anche la moderazione.

Il workshop si svolgerà in due giorni consecutivi. La sessione del primo giorno fornirà una panoramica sul contesto politico e sui programmi europei (Green Deal europeo, Politica agricola comune, Strategia Farm to Fork) che sono stati sviluppati per sostenere la sostenibilità nei paesi dell'UE. Durante il secondo giorno ci occuperemo degli impatti che i marchi di piccola scala hanno a livello locale.

#### Quando

**Giovedì 10 giugno 2021** (pomeriggio)

**Venerdì 11 giugno 2021** (mattina)

#### Dove

Evento virtuale su Zoom

Registrazione

Un servizio di interpretazione simultanea sarà disponibile nelle lingue alpine italiano, tedesco, francese, sloveno e in inglese in entrambe le giornate

Questo evento è realizzato nel quadro del progetto AlpGov 2 (Nr. 942), che è cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale attraverso il programma Interreg Spazio Alpino.



## Primo giorno

**Giovedì 10 giugno 2021 dalle 15.00 alle 17.00**

### Saluti di benvenuto

*Roland Psenner*, Presidente Eurac Research

*Christiane Barret*, Delegata generale, Presidenza francese di EUSALP

*Alenka Smerkolj*, Segretaria generale della Convenzione delle Alpi

### Marchi territoriali, un termine che confonde? Verso una terminologia condivisa

*Prof. Diego Rinallo*, Kedge Business School, Francia

Come possono le politiche a livello europeo, nazionale e locale sostenere i marchi territoriali, in particolare quelli su piccola scala? Data l'eterogeneità dei contesti istituzionali nei paesi alpini, la varietà delle pratiche di branding territoriale e la mancanza di definizioni condivise, i piccoli marchi locali sono talvolta trascurati dai responsabili politici. Ad un livello politico superiore, i marchi territoriali potrebbero avere difficoltà a beneficiare di misure di sostegno. A livello locale, i comuni possono attuare politiche dirette che possono aiutare i piccoli produttori e i marchi locali, per esempio promuovendo l'uso di prodotti agroalimentari locali nelle mense delle scuole locali e negli uffici della pubblica amministrazione. Durante la sessione di apertura, prenderemo spunto dal fatto che, rispetto alle filiere corte o alle indicazioni geografiche, i marchi territoriali hanno ricevuto scarsa attenzione come strumenti di sviluppo locale sostenibile, e inizieremo una discussione sulle misure politiche più adatte che possono facilitare la loro nascita, crescita e resilienza.

Evidenzieremo anche come i marchi territoriali, attraverso la definizione di specifiche di prodotto ecocompatibili per gli agricoltori e i produttori aderenti, possano facilitare la transizione verso un'economia circolare e aiutare gli attori locali ad adattarsi al cambiamento climatico e a mitigarne gli effetti

- **Prima presentazione: La strategia Farm to Fork, la politica agricola comune e il loro ruolo nel sostenere le filiere corte e i marchi territoriali**

*Antonia Lütteken*, Commissione europea, DG Agricoltura

- **Seconda presentazione: Economia circolare e innovazione nelle aree montane: spazio per i marchi territoriali?**

*Marie Clotteau*, Direttrice di Euromontana (Francia)

### Discussione: Marchi territoriali e cambiamento climatico

L'agricoltura alpina è spesso considerata molto sostenibile. Ma è davvero così? Possiamo fare meglio? In questa sessione interattiva collegheremo i marchi territoriali con l'adattamento climatico e l'impronta di carbonio. Cercheremo quindi di rispondere alle seguenti domande: i sistemi di produzione su piccola scala possono essere più sostenibili? Come si possono integrare approcci rispettosi del clima nelle specifiche di prodotto dei marchi territoriali, garantendo la riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>?

### Relatori:

*Helmut Hojesky*, Ministero federale austriaco per l'azione per il clima e presidente del Comitato consultivo sul clima alpino della Convenzione delle Alpi, presenterà il Piano d'azione sul clima 2.0 della Convenzione delle Alpi, con particolare attenzione all'agricoltura e al turismo di montagna.

*Christian Hoffmann*, Eurac Research presenterà i risultati del progetto 100% Local del Fondo d'azione preparatoria della regione alpina (ARPAF): „Come possiamo sviluppare filiere agricole e alimentari locali a prova di futuro?”

*Christian Hiß*, fondatore e CEO di Regionalwert AG Freiburg, Germania, parlerà delle condizioni necessarie per lo sviluppo della sovranità alimentare regionale.

*Alessa Perotti*, Young Transformer, Bites of Transfoodmation, presenterà la sua ricerca sul costo reale del cibo.

### Domande&Risposte

### Conclusione

## Secondo giorno

Venerdì 11 giugno 2021 dalle 9.30 alle 11.30

Il secondo giorno ci concentreremo sul livello locale e sugli aspetti socioeconomici del branding territoriale. Esploreremo le difficoltà incontrate dai piccoli produttori e i benefici, i costi e le sfide della cooperazione sotto un marchio territoriale ombrello, ascoltando le esperienze dei professionisti. Inviteremo anche le prospettive dei ricercatori che stanno studiando i marchi territoriali nella regione alpina, così come i fornitori di tecnologia che hanno sviluppato soluzioni di etichettatura narrativa.

### Saluti di benvenuto

*Wolfgang Mayrhofer*, Segretariato permanente della Convenzione delle Alpi  
*Christian Hoffmann*, Eurac Research

- **Presentazione: Sfide da affrontare per lo sviluppo di marchi territoriali nelle zone rurali della Slovenia**

*Erik Logar*, assistente di ricerca, Anton Melik ZRC SAZU Centro di ricerca dell'Accademia delle Scienze e delle Arti della Slovenia

### Discussione: Marchi territoriali nella regione alpina

Durante questa sessione, vogliamo dare la parola alle organizzazioni territoriali di gestione dei marchi nella regione alpina. Quali sono le loro storie, le loro attività e le maggiori sfide che devono affrontare? Cosa chiedono ai responsabili politici a livello locale, nazionale e comunitario? Come possono contribuire alla transizione verde delle Alpi?

*Pascal Denolly*, Marque IsHere, Francia

*Michael Fend*, Vulkanland, Austria

*Armin Bernhard*, Cooperativa di comunità Alta Val Venosta, Italia

*Rémy Lacombe*, Marque Valeurs Parc, Interparcs Provence-Alpes, Côte d'Azur, Francia

### Perspettive: Rendiamo i marchi territoriali incisivi

Durante questa sessione, vogliamo far conoscere i contributi unici dei marchi territoriali allo sviluppo sostenibile a livello locale. I marchi di piccola scala giocano diversi ruoli: migliorano la collaborazione tra le filiere locali (ad esempio, l'agricoltura, la produzione alimentare, i ristoranti e i distributori locali) e portano benefici sociali alla popolazione locale, tra cui l'orgoglio locale e la riappropriazione del proprio patrimonio culturale; creano esternalità positive per il turismo e gli attori culturali; hanno un impatto sulla salvaguardia dei paesaggi produttivi, la biodiversità e il know-how tradizionale. Come si possono massimizzare i loro impatti positivi?

*Reto Rauch*, Bieraria Engiadinesa, membro di Bun Tschlin (CH): L'impatto dell'adesione a un marchio territoriale

*Nina Grah*, Vrtnarstvo Grah, membro di Babica & Dedek (SI): Effetti positivi dell'essere membro di un marchio territoriale

*Paola Gioia*, Kedge Business School (FR): Marchi territoriali nel piatto: un'analisi delle recensioni di Tripadvisor dei ristoranti che hanno firmato la Carta 100% Valposchiavo

*Ciro Borrelli*, CEO QualityChai (CH): Comunicare il carattere distintivo dei prodotti a marchio territoriale: QR code e uso di applicazioni

### Domande&Risposte

### Conclusione