

**CREAZIONE DI UNA RETE DI PROMOZIONE E DI
COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI TIPICI
DI MONTAGNA E DEI RELATIVI TERRITORI DI
PRODUZIONE**

*Dott Paolo Donadini
Regione del Veneto*

Il progetto NEPROVALTR

*Le zone marginali costituiscono una realtà
che caratterizza tutta l'area alpina, pur
con un'incidenza qualitativa e
quantitativa che varia da regione a regione*



Azioni individuate dal progetto per valorizzare il territorio

- Incentivare le produzioni zootecniche biologico
- Sostenere il prodotto caratteristico del luogo, mediante l'identificazione di attività peculiari di ogni area alpina da promuovere e valorizzare
- favorire la fruizione dei luoghi attraverso lo sviluppo di strutture di accoglienza
- Valorizzare il patrimonio culturale e le tradizioni dei luoghi di montagna e di collina

Sottoprogetti individuati per la valorizzazione del territorio

- Le produzioni zootecniche biologiche nell'area alpina transnazionale
- Le produzioni agricole delle fattorie alpine
- La rete transnazionale delle fattorie sociali







REGIONE
LIGURIA





**REGIONE
AUTONOMA
VALLE D'AOSTA**





**PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO**





REGIONE DEL VENETO



KÄRNTEN



REGIONE FEDERALE DELLA
CARINZIA





REGIONE
FEDERALE
DELLA STIRIA





**REGIONE
AUTONOMA
FRIULI E VENEZIA
GIULIA**



ATTIVITA' DA SVILUPPARE
PER LA CREAZIONE DI UNA
RETE DI
COMMERCIALIZZAZIONE

1. Creazione di un “mercato transnazionale” (Borsa) dei prodotti agricoli locali – non industriali- dell’area Alpina.

Ottenuti anche con l’utilizzo di materie prime o semilavorate provenienti da diverse aree dello Spazio Alpino

2. Realizzazione di eventi comuni di presentazione dei prodotti e delle aree pilota nelle varie zone coinvolte

3. Utilizzo del sito web
(www.neprovalter.org) per scambio
informazioni e risultati delle varie attività
di valorizzazione tra le aree coinvolte nel
progetto

4. Creazione di un servizio continuo di aggiornamento di tutti i corsi indirizzati ai produttori locali dell'area Spazio Alpino
5. Creazione di un servizio permanente di traduzione

5. Individuazione di uno standard di qualità comune e dei relativi controlli

Solo dopo aver
realizzato i punti
precedenti si potrebbe
pensare ad un
marchio comune che
identifichi i prodotti
dello Spazio Alpino
per un'azione comune
di promozione



