Slow Food®
Monferrato Casalese e Moncalvo

PROGRAMMA DI MANDATO 2025-2029

PREMESSA

<<I cambiamenti climatici e la drammatica perdita di biodiversità sono le gravi emergenze che minacciano il pianeta e l'umanità di fronte alle quali è necessario un cambiamento. E il cibo è parte integrante di questa sfida che attende ciascuno di noi >> (da Le comunità del cibo di Slow Food)

Quando tre anni fa la "condotta" ha cercato di ripartire, il "nuovo" Consiglio Direttivo intendeva dare il suo contributo affinché il Monferrato potesse cogliere questa sfida e non fare semplicemente un'azione di promozione territoriale sui prodotti locali, sul turismo locale, sul consumo di servizi erogati dal territorio stesso. La sfida era proprio quella di tenere insieme entrambi questi aspetti.

Promozione territoriale che comunque doveva e dovrebbe privilegiare "interessi collettivi" come da Statuto e non particolari.

1. Quadro di riferimento del territorio e dell'Associazione

a. Breve sintesi su territorio: il Monferrato si sta spopolando di giovani, fenomeno molto italiano, che interessa anche alcune città, ma nel Monferrato il fenomeno è molto più accentuato con un innalzamento significativo dell'età media della popolazione; queste le dinamiche principali
   - Molti i giovani che con un titolo di studio medio alto sono attratti dalle grandi città o dall'estero.
   - Alcuni, tuttavia, fanno la scelta di rimanere e di continuare a lavorare nelle imprese agricole dei genitori assicurando un certo ricambio generazionale, ma sono pochi
   - Altri si avventurano a dare vita a piccole start up in aziende agricole cercando di essere innovativi con un approccio orientato ad una produzione più etica e biologica, ma con grande fatica perché si tratta di piccole aziende che non hanno grossi capitali da investire e apportano molto lavoro manuale; spesso si tratta di aziende gestite in coppia

b. Situazione attuale soci; – la condotta che attualmente conta poco meno di 45 membri, evidenziava una significativa "perdita" di soci già prima del 2021; parecchi soci con data di nascita anche precedente i primi anni Cinquanta non hanno più rinnovato dopo il "successo" registrato intorno al 2000. Oggi quasi il 50% dei soci ha più di 60 anni ed il 20% circa, meno di 40 anni: più in dettaglio
   - La fascia "più matura" e quella "più giovane" dei nostri soci hanno ovviamente sensibilità ed interessi molto diversi; le cene conviviali, anche a tema, spesso non sono più attrattive sui giovani sia per i contenuti "più tradizionali" sia per i costi, sempre tenendo in considerazione le difficoltà a coinvolgere i giovani su queste iniziative;

c. Il direttivo - di composizione prevalente femminile, di età compresa tra 31-38 anni:

- Punti di forza: buona sensibilità sui valori Slow Food e conoscenza del territorio
- Criticità: difficoltà a conciliare il volontariato sia con gli impegni familiari sia con quelli imprenditoriali (per alcuni) nel settore agro-alimentare e vitivinicolo

2. **<u>Alcune linnee guida</u>**
    a. Occorrerà lavorare prima su una "nuova" costruzione dell'Associazione per gli aspetti associativi, per come esprimere il volontariato e sui relativi aspetti organizzativi. Non da ultimo una forte condivisione degli scopi
    b. nonostante i "vecchi approcci" sui giovani non siano più efficaci, non possiamo sottrarci alla sfida di consolidare il ricambio generazionale dei soci per assicurare un futuro attivo all'associazione pur senza trascurare la "coltivazione" il mantenimento di quelli attuali; è sempre più necessario che i giovani parlino ai giovani con le loro idee, con le loro iniziative e con il loro "linguaggio"
    c. Prevedere iniziative mirate in funzione dell'età per ampliare la base soci e per i giovani formulare proposte di azione per loro interessanti e credibili
    d. Prevedere alcune azioni di reclutamento di soci-volontari con alcune di queste caratteristiche: forte condivisione dei valori Slow Food, capacità di immaginazione, organizzative e non da ultimo disponibilità di un minimo di tempo per un volontariato strutturato e non improvvisato
    e. Attivare un gruppo di lavoro complementare al Consiglio Direttivo con la finalità di supportarlo sia in termini di competenze sia di capacità; non ultimo per distribuire in modo più equilibrato i compiti al fine di rendere sostenibile il proprio impegno

1) **<u>ANNO 2025</u>**

a) Presidio e sviluppo associativo:
- Portare il numero dei soci ad almeno 50 effettivi (saldo entrate/uscite)
- Mantenere i soci attuali cercando di essere più attraenti con la fascia dei "più anziani" riprendendo e organizzando almeno un paio di incontri conviviali a tema cogliendo l'opportunità di dialogo, di scambio e di raccogliere idee; insomma, non una cena per la cena.
- Organizzare tre apericene sul territorio (tra gennaio aprile) per avvicinare i giovani – principalmente "generazione Z" per promuovere l'associazione, per ascoltare e per promuovere proposte di azione; si sta pensando anche ad una "disco soup" sul territorio
- Consolidare il consiglio direttivo su un numero di 6-7 membri (da valutare nuovi ingressi e uscite con relativi rinnovi delle cariche); ridefinire le aree di presidio (tesseramento, organizzazione eventi, comunicazione, tesoriere) con referenti responsabilizzati

b) Comunicazione
- Sviluppare una "nuova" comunicazione sui social (Facebook e Instagram) segmentandola per tipologia di canale, in funzione dei destinatari (età, contenuti)
- Attivare una Newsletter del territorio, con frequenza almeno mensile, sia di tipo generalista sia su temi specifici quando possibile e per necessità particolari; in ogni caso andrà valutata anche la possibilità di una comunicazione segmentata ed almeno mirata per fascia di età dei soci e per i contenuti; tecnicamente andrà messa a punto la "produzione" con gli applicativi informatici più adeguati a ottimizzarne la pubblicazione

c) Lavoro di rete

- Iniziare a coinvolgere nell'associazione piccoli produttori locali e piccoli negozi di paese per promuovere i prodotti locali e dare loro la possibilità/opportunità di evolvere come un "hotspot" capace di promuovere l'associazione e il tesseramento
- Organizzare una tavola rotonda permanente di viticoltori biologici del territorio (sostanzialmente quelli già biologici della guida Slow Wine 2025) per costruire una base di confronto dialettico e costruttivo con i viticoltori tradizionali (sempre tratti dalla guida Slow Wine 2005) da sviluppare nel tempo; è ipotizzabile la predisposizione di una data base informativo anche per avviare una Newsletter territoriale sui temi vitivinicoli
- Riprendere i contatti con le associazioni territoriali di Slow Food del Piemontese

d) **Educazione**:

- Effettuare un test di proiezione di film – cineforum – secondo le logiche di CinemAmbiente Torino – Valchiusella), per maturare capacità ed esperienza da concretizzare negli anni successivi
- Dare continuità all'esperienza maturata nel 2023 e 2024 per le passeggiate "alla scoperta delle erbe spontanee"; si sta ipotizzando un "corso" di cucina, una o due sessioni della durata di un pomeriggio, con l'utilizzo delle erbe spontanee

e) Tutela e promozione prodotti locali

- Nell'ambito della "condotta" iniziare a mettere le basi per fare decollare una iniziativa mirata a promuove una comunità del "carciofo tardivo di Treville" – Monferrato (ecotipo spinoso che si raccoglie a maggio), coltivazione che ha tradizioni storiche che hanno radici documentate a metà '800; l'idea è quella di coinvolgere piccoli produttori di paesi limitrofi che portano avanti la stessa tradizione; la premessa è quella di abbozzare un disciplinare al riguardo

f) **Terra madre 2026:** iniziare ad organizzare una partecipazione della "condotta" e come "condotta"

2) **<u>ANNO 2026</u>**

a) Presidio e sviluppo associativo

- Portare il numero dei soci ad almeno 55 effettivi (saldo entrate/uscite)
- Confermare la fidelizzazione dei soci attuali "boomers" e "generazione X" organizzando almeno un paio di incontri conviviali "a tema"; l'obiettivo è quello di mantenere il contatto per favorire il dialogo, il confronto e l'informazione
- Dare seguito all'organizzazione di tre apericene sul territorio (tra gennaio aprile) per avvicinare i giovani – principalmente "generazione Z" e millenials; scopi: interpretare i loro bisogni, comprendere cosa vorrebbero e cosa si aspettano da una associazione come la nostra e tentare una proposta per associarsi ed iniziare ad entrare in "squadra"
- Valutare un graduale ricambio del Consiglio Direttivo confermando un dimensionamento di 6-7 membri; crediamo che il Consiglio Direttivo non sia una "confraternita" chiusa e che l'entrata e l'uscita possano essere gestite responsabilmente, al fine di assicurare ricambio di idee e iniziative. Chi ne esce può continuare a lavorare nel "gruppo" dei soci/volontari attivi
- Confermare il graduale ricambio generazionale, ma soprattutto cercare di integrare interessi diversi e sensibilità diverse;

b) Comunicazione

- Consolidare la comunicazione sui social (Facebook e Instagram) predisponendo un piano editoriale coerente alle iniziative, al contesto Slow Food, alle principali ricorrenze (es. giornata mondiale della terra, ...etc.)
- Sviluppare contatti con i media del territorio, principalmente settimanali con pubblicazione cartacea o web
- Messa a punto della Newsletter sulla base dell'esperienza acquisita nel 2005
- Elaborare uno storytelling/presentazione dell'Associazione da utilizzare in occasione di presentazioni

c) Lavoro di rete

- Proseguire nel coinvolgimento dei piccoli produttori locali e piccoli negozi di paese per promuovere i prodotti locali e dare loro la possibilità/opportunità di evolvere come un "hotspot" capace di promuovere l'associazione e il tesseramento
- Individuare e sviluppare aree di condivisione e collaborazione con altre associazioni sul territorio per iniziative comuni e "concorrenti" sugli stessi scopi
- Prendere contatti con enti pubblici, prevalentemente Comuni per avviare un discorso di partnership sui temi quali: biodiversità, coltivazioni biologiche, politiche del cibo,
- Accrescere il lavoro di dialogo e di confronto con le altre associazioni Slow Food non solo più del territorio per avere sguardi "più ampi" e "nuove prospettive"

d) Educazione

- Dopo l'esperimento del 2025 avviare l'iniziativa di un cineforum diffuso sul territorio (secondo le logiche di CinemAmbiente Torino – Valchiusella) con almeno quattro proiezioni durante l'anno; crediamo che questa iniziativa possa rappresentare un'opportunità importante per suscitare confronto, stimolare nuovi comportamenti sui consumi alimentari, sulle filiere e sui sistemi di produzione; anche in questo caso potrebbero essere fatte scelte in funzione dei destinatari;
- Prendere contati con le scuole del territorio con lo scopo di individuare iniziative educative sul cibo e per promuovere l'immagine di Slow food

e) Tutela dei prodotti locali

- Nell'ambito della "condotta" avviare il progetto della comunità del carciofo, che dovrà gradualmente avere una sua identità e una sua autonomia dalla "condotta";

f) **Terra Madre 2026**: partecipazione strutturata della "condotta" del Monferrato Casalese e Moncalvo, mettendo a punto la partecipazione anche sulla base del tema (non appena sarà definito)

3) **<u>ANNO 2027</u>**

a) Presidio e sviluppo associativo

- Portare il numero dei soci ad almeno 60 effettivi (saldo entrate/uscite)
- Mantenere i soci attuali cercando di essere più attraenti con la fascia dei "più anziani" sviluppando e organizzando almeno un paio di incontri conviviali a tema; confermare gli scopi
- Dare seguito all'organizzazione di tre apericene sul territorio (tra gennaio aprile) per avvicinare i giovani – principalmente "generazione Z" e millenials; confermare gli scopi
- Consolidare il Consiglio Direttivo su un numero di 6-7 membri; a questo fine sarebbe anche utile ipotizzare momenti formativi specifici sia sui contenuti sia sulla gestione in genere (non solo economica)
- Confermare il graduale ricambio generazionale in parte già iniziato prima del 2024

b) Comunicazione
- Consolidare la comunicazione sui social (Facebook e Instagram) predisponendo un piano editoriale coerente alle iniziative, al contesto Slow Food, alle principali ricorrenze (es. giornata mondiale della terra, ...etc.)
- Consolidare la Newsletter, anche questa da gestire con un piano editoriale

c) Lavoro di rete
- Individuare e sviluppare aree di condivisione e collaborazione con altre associazioni sul territorio per iniziative comuni e concorrenti sugli stessi scopi
- Iniziare a concretizzare una partnership con enti pubblici, prevalentemente Comuni per iniziative e attività che tutelino la biodiversità, le coltivazioni biologiche, politiche del cibo,

d) Educazione
- Consolidare l'iniziativa di un cineforum diffuso sul territorio (secondo le logiche di CinemAmbiente Torino – Valchiusella) con almeno quattro proiezioni durante l'anno
- Consolidare i contatti con le scuole del territorio con lo scopo di individuare iniziative educative sul cibo e per promuovere l'immagine di -Slow food

e) Tutela dei prodotti locali
- Individuare sul territorio necessità ed opportunità di tutela dei prodotti locali

f) **Terra Madre 2028**: iniziare ad organizzare la partecipazione della "condotta" sulla base dell'esperienza maturata nel 2026

g) **Bandi privati e/o pubblici**: provare ad intercettare e a partecipazione da soli, o in partnership valorizzando la struttura associativa APS; dipende anche da quanto il consiglio Direttivo e il "gruppo di volontari" si sia consolidato

4) **<u>ANNO 2028</u>**

a) Presidio e sviluppo associativo
- Portare il numero dei soci ad almeno 65 effettivi (saldo entrate/uscite) avendo come obiettivo di fondo quello di riequilibrare la presenza nell'associazione per fasce di età; questo significa avere anche il "coraggio" di fare un passo indietro e dare spazio ai "nuovi entrati"
- Confermare l'impostazione data negli ultimi tre anni, con eventuali correttivi qualora si rendessero necessari

b) Comunicazione
- Confermare l'impostazione data negli ultimi tre anni, con eventuali correttivi qualora si rendessero necessari

c) Lavoro di rete
- Individuare e sviluppare aree di condivisione e collaborazione con altre associazioni sul territorio per iniziative comuni e concorrenti sugli stessi scopi
- Sviluppare una partnership con enti pubblici, prevalentemente Comuni per iniziative e attività che tutelino la biodiversità, le coltivazioni biologiche, politiche del cibo

d) Educazione
- Confermare l'impostazione data negli ultimi tre anni, con eventuali correttivi qualora si rendessero necessari

e) **Terra madre 2028**: Consolidare la partecipazione di Slow Food del Monferrato Casalese

f) **Bandi privati e/o pubblici**:
- Seguire eventuali progetti avviati nel corso del 2027, utilizzando anche la partecipazione come momento di apprendimento
- Valutare se tentare di cogliere nuove opportunità mettendo a frutto l'esperienza maturata

5) **ANNO 2029**

Difficile ipotizzare un piano evolutivo che preveda attività ed obiettivi con una prospettiva d 5 anni se non in linea molto generale. Le accelerazioni relative ai cambiamenti socioeconomici, a quelli legislativi (anche sull'ambiente) e a quelli tecnologici non permettono di definire punti fermi tra cinque anni.

Basti pensare alle difficoltà che sta incontrando il Green Deal a livello europeo, impensabili 5 anni fa, e a cosa era l'intelligenza artificiale sempre 5 anni fa, mentre oggi già ne siamo circondati.

Ci sembra più credibile sviluppare un programma pluriennale "Rolling" che si aggiorna di anno in anno