VERSO IL PROGRAMMA QUADRIENNALE 2025-2028

ADVOCACY

Vogliamo un'identità chiara per Slow Food Cilento sul territorio: **l'agricoltura familiare e contadina** è stato il nostro tema guida delle iniziative che abbiamo messo in programmazione e vorremmo mantenere per il prossimo quadriennio. Tema trasversale : equità di genere . Sostegno a donne (e giovani) rurali per favorirne la partecipazione.

In termini di advocacy, questo significa **partecipare a reti**, enti e tavoli di coordinamento locale, accreditarsi nei tavoli locali e regionali di settore; condurre una **campagna** che promuova la centralità del cibo ed i nostri valori slow, la ricaduta delle scelte agricole sull'ambiente e sulle persone; promuovere lo sviluppo delle **Comunità dei Presídi** (gli "storici" per la Condotta: il Fico monnato di Prignano Cilento, il Fusillo di Felitto, il Fagiolo di Controne, ed i nuovi: la Cipolla di Vatolla); consolidare e stabilire nuove **alleanze** con soggetti a noi complementari (associazioni studentesche o simili che mettono insieme i giovani che vorremmo si interessassero ed avvicinassero di più alle nostre iniziative) e che come noi vogliono trasmettere un messaggio di cambiamento dei modelli di comportamento (ad esempio con il GAS: trasformazione da consumatori passivi a consum-Attori).

Il coinvolgimento degli attori pubblici e privati per sostenere le nostre cause offre lo spunto per elaborare una strategia basata proprio sui principi della trasparenza e della partecipazione. Si tratta di dare vita ad una metodologia operativa che metta in condizione gli attori della rete non solo di essere partecipi di tutti i livelli decisionali ma anche di permettere ad ognuno di affermare la propria reale identità. In questo caso i soggetti della rete che offrono beni e servizi avranno uno spazio di presentazione che parta dalla condivisione dei loro asset fondamentali. In questo modo potremmo rendere maggiormente credibili le azioni di advocacy o comunque di supporto a esigenze del territorio.

Irrobustire la rete anche per dialogare sulle politiche di sviluppo locale (aree interne, programmi per la costa, i distretti rurali e dell'agroalimentare di qualità, gruppi di azione locale, …).

La costruzione della rete e la realizzazione delle nuove comunità deve avere come prerequisito non solo l'adesione ai valori della nostra associazione ma la serena messa a disposizione della propria identità (produttiva, di servizio, di impegno).

Per fare questo, *ed altro ancora*, dobbiamo andare **oltre il volontariato**: utilizzare tutte le nostre professionalità e competenze - dell'associazione e della rete di soggetti con cui siamo in contatto - per svolgere un lavoro sul territorio che sia riconosciuto per la qualità e coerenza con i valori associativi.

Dovremmo anche investire in **comunicazione**: interna ed esterna: pubblicazione online, in una sezione dedicata ai soci, di tutti i documenti di lavoro della condotta (verbali delle riunioni, atti degli incontri, etc..); newsletter mensile; sviluppiamo un sistema di comunicazione che renda pubblico ciò che dichiarano i nostri interlocutori che offrono prodotti, beni e servizi, esponendo i loro asset fondamentali (terra, particelle catastali, ...); programma radiofonico?; potenziare la comunicazione per le *experiences*;

BIODIVERSITÀ

Affiancamento delle Comunità di Presidio già presenti sul territorio: Fagiolo di Controne, Fusillo di Felitto, Fico Monnato di Prignano Cilento, Cipolla di Vatolla, in collaborazione con i referenti SF del presidio.

Incremento di produttori e soci che aderiscono al **GAS** (Gruppo di Acquisto Solidale) e riattivazione del progetto.
MdT del Cilento riprogrammazione, proposta di regolamento e dello schema da adottare per le singole iniziative (vendita, controllo, laboratorio del gusto, eventuali iniziative di musica e/o spettacolo) .
Gruppo controllo qualità produttori (gruppo da costituire).

Per questi ultimi 3 punti sarà opportuno valutare la costituzione di un unico "comitato di gestione" che coordini tutte le attività e possa fare una programmazione finanziaria adeguata.

CONTENUTI E PROGETTI

Continuità con i progetti:

Laboratori del gusto, per adulti (promuovere percorsi di conoscenza più approfonditi e multidisciplinari)

Experiences: promozione saperi e culture del territorio. Un calendario di "esperienze" con marchio Slow Food Cilento Experience.

Il futuro ospite potrà scegliere tra varie esperienze enogastronomiche presenti in un calendario annuale che gli consentiranno:
la partecipazione attiva alle produzioni (esempio: raccolta di legumi o laboratorio di realizzazione di pasta fatta in casa);
la scoperta e la degustazione di prodotti buoni, genuini e solidali dell'agricoltura locale;
l'esplorazione di un territorio affascinante, lontano dai circuiti turistici di massa.

Consolidamento del Mercato della Terra: > potenziamento del Mercato: ogni prima domenica del mese; ci piacerebbe dotarci di un Food truck anche per contribuire alla sostenibilità del Mercato.

*new*GAS Gruppo di Acquisto Solidale: a cadenza bi-settimanale, principalmente i produttori del MDT ma anche altri sono i fornitori diretti di un nucleo di famiglie interessate che si organizza per acquistare prodotti freschi, locali, di stagione.

Aumentare il numero di fornitori. Sviluppare un regolamento con criteri di selezione qualità dei produttori (come per il MDT) ed un vademecum di funzionamento per i fornitori e gli utenti.

- *new* Educazione sensoriale per bambini, anche tramite Experience progettate ad hoc

- *new* Nuova progettazione: partecipazione a bandi regionali e nazionali (fondazioni, enti pubblici e privati) per il finanziamento dei nostri progetti

new Slow Food Scuola: Ritorno dei giovani nell'agricoltura

- attività di formazione ed educazione con/per le scuole (mense scolastiche, alternanza scuola-lavoro)

Attività trasversali

Si rende necessario un incontro ad hoc per redigere un piano strategico di comunicazione e raccolta fondi

Gestione volontari

Organizzazione eventi

Tesseramento

Alcuni strumenti per migliorare:

- regolamento criteri etici e di qualità per partecipazione ai progetti SFC (Mercato, GAS, Experience,...)
- lancio di call - inviti a partecipare ai progetti per produttori/giovani/locali amici/ospiti per Experience